

# XtraBlatt

## Auf gutem Kurs

Titelthema

**Familie Albring**  
Frischgras-Express

**Wüstenberg-Landtechnik**  
Service ohne Wenn und Aber

**Schweiz**  
Biofleisch mit Musik







Lieferantentag de



MEHR D



Seit rund 15 Jahren lädt Krone seine Zulieferer regelmäßig zum sogenannten „Lieferantentag“ ein. Dabei stehen u. a. die strategische Entwicklung, technische Trends und Aspekte der Qualitätsverbesserung im Mittelpunkt. Vor wenigen Wochen trafen sich erstmals alle Lieferanten der gesamten Krone-Gruppe gemeinsam.

## EDITORIAL

# Liebe Leserinnen und Leser!

In diesem Moment halten Sie eine aus meiner Sicht besondere Ausgabe in den Händen: das zwanzigste XtraBlatt – also durchaus ein kleines Jubiläum. Vor zehn Jahren haben wir dieses Projekt unserer Kundenkommunikation begonnen und versorgen Sie seitdem mit hochwertigen Inhalten aus der Krone-Welt, vor allem aber aus der Praxis unserer Kunden! Keine Prospektsammlung, sondern ein Magazin, das sich – wie ich finde – hinter keiner Fachzeitschrift „zu verstecken“ braucht. Das war meinem Vater und mir von Beginn an sehr wichtig.

Das Titelthema dieser Ausgabe haben wir mit „Auf gutem Kurs“ überschrieben. Gemeint ist damit nicht, dass es in jüngster Zeit bei Krone eine grundlegende strategische Neuorientierung gegeben hätte – die generelle Richtung ist eingeschlagen. Aber die rasanten Veränderungen der politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der Märkte fordern auch von uns, sich rechtzeitig bestmöglich auf die künftigen Herausforderungen einzustellen. Diesbezüglich sind wir gut aufgestellt.

Wichtig ist mir dabei die Botschaft, dass trotz der erreichten Größe unserer Unternehmensgruppe die Kernwerte erhalten bleiben, sozusagen der Krone-Spirit. Dazu gehören seit jeher neben Kundennähe, Innovationskraft, Effizienz, Verbindlichkeit und Gemeinschaftssinn auch Fleiß, Ehrlichkeit, Mut, Geschwindigkeit und gesunder Menschenverstand. Wir sind im Marktvergleich nach wie vor ein mittelständisches Unternehmen, immer ansprechbar für unsere Händler und Endkunden. Darin unterscheiden wir uns nach wie vor klar von einigen unserer maßgeblichen Marktbegleiter. Und unverändert gilt erfreulicherweise: Nicht die Großen überholen die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen und das Bessere das Gute. Deshalb haben wir – für viele Außenstehende kaum merkbar – in den vergangenen zehn Jahren im Unternehmen neue Strukturen geschaffen, die es uns auch in Zukunft ermöglichen, zu den Schnelleren und Besseren zu gehören.



**Bernard Krone ist seit 2020 Aufsichtsratsvorsitzender der Krone-Gruppe.**

Das Titelthema besteht übrigens nicht allein aus dem Interview mit unserem Finanzvorstand Ole Klose, sondern ebenso aus der Vorstellung unseres „Speedboats“. Keine Sorge, wir werden jetzt nicht in den Schiffsbau wechseln – lassen Sie sich überraschen, was genau dies für uns bedeutet. Und natürlich finden Sie auf den folgenden Seiten in gewohnter Weise eine sehr vielfältige Mischung unterschiedlicher Themen. Wir haben dem XtraBlatt zwar ein neues Outfit gegeben, aber an dem bewährten inhaltlichen Konzept nichts geändert. Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre!

*Bernard Krone*

Ihr Bernard Krone



# Inhalt

## » Titelhema

6

**Strategie: Volle Fahrt voraus**  
Ole Klose, Finanzvorstand der Krone-Holding, erläutert im Interview spannende Veränderungen im Unternehmen.

11

**Silver Crown: Speedboat zum Erfolg**  
Die Trends und Marktherausforderungen von übermorgen zu finden und dafür heute schon die Entwicklung passender Lösungen anzuschieben, ist die strategische Aufgabe der Krone-Geschäftseinheit Silver Crown.

14

**Futterbau der Zukunft: Zeit zum Umdenken**

Die Folgen des Klimawandels sind bei Dauergrünland zu bewältigen – wenn die Landwirte es auf „Trockenstress“ vorbereiten und es ebenso sorgsam behandeln wie ihren Acker.

18

**Bullenmast: Von Spalten auf Stroh**

Warum und wie Bullenmast in Strohhaltung funktioniert, hat die Redaktion auf dem Hof der Familie Lambrecht-Speller im westfälischen Kreis Steinfurt erfahren.

22

**Zehn Jahre XtraBlatt: Eine Erfolgsgeschichte**

Neues Layout, bewährtes Inhaltskonzept: Marketingleiter Markus Steinwendner erläutert Aktuelles und Hintergründiges rund um die Krone-Kundenschrift.

26

**Schweiz: Biofleisch mit Musik**

Hofbesuch beim Schweizer Bio-Landwirt und Direktvermarkter Hasi Strahm und seinen Aubrac-Rindern.

32

**Modelle & Spielzeug: Landtechnik en miniature**

Warum es von der ersten Idee bis zum Verkaufserfolg eines Landtechnik-Modells ein weiter Weg ist, hat XtraBlatt vom Projektteam erfahren.

36

**Wüstenberg Landtechnik: Service ohne Wenn und Aber**

Krone und den Fachhändler Wüstenberg verbindet nicht nur 50 Jahre erfolgreicher Zusammenarbeit, sondern auch das gleiche Serviceverständnis.

40

**SpeedSharp: Ganz schön scharf**

Warum das Schleifsystem SpeedSharp eine sehr gute Kombination aus 1a-Schliff, Zeit- und Diesersparnis bietet, zeigt das Beispiel des Lohnunternehmens Wesch.

46

**Fütterung: Frischgras-Express**

Wie die Frischgrasfütterung im Boxenlaufstall effizient lösbar ist, viel Kraftfutter spart und über 480 Kühe begeistert, zeigt das Beispiel der Familie Albring.

52

**Öffentlichkeitsarbeit: Authentisch auf Augenhöhe**

Landwirte und Verbraucher im Gespräch – dafür sorgt das Forum Moderne Landwirtschaft e. V. mit vielfältigen Angeboten.

56

**Produktion: „Nachhaltigkeit gehört zur DNA eines Familienunternehmens.“**

Interview mit Philipp Sander, Nachhaltigkeitsmanager bei Krone, über Bedeutung, Ziele und Umsetzung nachhaltigen Handelns im Unternehmen.

## » Mehr



Über diesen QR-Code bzw. unter [kurzelinks.de/XtraBlatt](https://kurzelinks.de/XtraBlatt) oder [www.krone-magazines.com](https://www.krone-magazines.com) können Sie alle bisherigen Ausgaben des XtraBlatt aufrufen.



11

30 Mitarbeitende aus allen Teilen der Krone-Gruppe gehören zum „Speedboat“, dessen Ziel es ist es, wichtige Impulse ins Unternehmen zu geben.



18



36



26



40

## IMPRESSUM

### Herausgeber:

Maschinenfabrik  
Bernard Krone GmbH & Co. KG  
Heinrich-Krone-Straße 10  
48480 Spelle  
Tel.: +49(0)5977/935-0  
[info.ldm@krone.de](mailto:info.ldm@krone.de)  
[www.krone.de](http://www.krone.de)

### Verantwortlich i.S.d.P.:

Markus Steinwendner

### Redaktion:

Beckmann Verlag GmbH & Co. KG  
Rudolf-Petzold-Ring 9  
31275 Lehrte  
[www.beckmann-verlag.de](http://www.beckmann-verlag.de)

### Layout:

Beckmann Verlag GmbH & Co. KG  
Rudolf-Petzold-Ring 9  
31275 Lehrte  
[www.beckmann-verlag.de](http://www.beckmann-verlag.de)

### Druck:

Bonifatius Druckerei  
Karl-Schurz-Straße 26  
33100 Paderborn

### Foto- und Grafikmaterial:

Falls nicht anders angegeben:  
Maschinenfabrik  
Bernard Krone GmbH & Co. KG  
bzw. Redaktion  
S. 6: Sashkin7/Depositphotos.com  
S. 11, 12: Berg Andrey/Adobe Stock  
S. 13: Daniel Brandt (1)  
S. 20, 21: Lambrecht-Speller (3)  
S. 27: Strahm (1)  
S. 32, 34: Maik Ließem (2)  
S. 38: Wüstenberg (1)  
S. 52–55: Forum Moderne Landwirtschaft

### Auflage:

48.000 Exemplare

XtraBlatt erscheint halbjährlich für Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers. Dies gilt auch für die Aufnahme in elektronische Datenbanken und Vervielfältigung auf Datenträger.

Wir versenden das Krone-XtraBlatt zweimal im Jahr. Sollten Sie keine Post mehr von uns wünschen, geben Sie uns bitte Bescheid, am besten per E-Mail an [info.ldm@krone.de](mailto:info.ldm@krone.de). Wir nehmen Sie in diesem Fall selbstverständlich sofort aus unserem Verteiler. Alle Daten, die wir von Ihnen erhalten, werden vertraulich behandelt und ausschließlich dafür verwendet, Ihre Anfragen und Rückmeldungen bearbeiten zu können. Wir geben keine Daten an Dritte weiter.





## STRATEGIE

# Volle Fahrt voraus

Von außen wenig wahrgenommen, hat die Krone-Gruppe in den vergangenen Jahren nicht nur ein rasantes Wachstum auf mehr als 3 Mrd. € Umsatz geschafft, sondern auch einen wichtigen Umstrukturierungsprozess vollzogen und neue Geschäftsbereiche aufgebaut. Über das Wie und Warum hat XtraBlatt mit Finanzvorstand Ole Klose gesprochen.

**XtraBlatt:** Herr Klose, vor dem Hintergrund der stark wachsenden Krone-Gruppe und dem Ziel einer organisatorischen Anpassung der Ressorts sind Sie vor 18 Monaten als zusätzliches, drittes Mitglied in den Vorstand berufen worden. Wie ist seitdem die Aufgabenteilung im Vorstand?

**Ole Klose:** Dr. David Frink fokussiert sich neben der Aufgabe als Vorstandsvorsitzender thematisch u. a. auf die stark prozessorientierten Ressorts in den Bereichen Digitalisierung und Investitionen. Zusätzlich obliegt ihm die Verantwortung der gesamten Landtechniksparte. Dr. Stefan Binnewies widmet sich übergreifend verstärkt den strategischen Einkaufsprozessen und dem Lieferantenmanagement. Parallel dazu verantwortet er unsere Aktivitäten im Bereich der Nutzfahrzeuge. Ich selbst bin für die Bündelung der Finanzaktivitäten der gesamten Holding zuständig, ebenso für das Personalressort.

Dazu kommt noch die Verantwortung für alle anderen Sparten, die neben den beiden Säulen Landtechnik und Nutzfahrzeuge aktiv sind. Hierunter fällt z. B. das sogenannte Retailgeschäft, also u. a. die Handelsunternehmen LVD Krone oder Lankhorst. Weiterhin zu nennen ist das Vermietgeschäft der „Krone Fleet“ – dies übrigens nicht nur für das Trailergeschäft, sondern seit Kurzem ebenso für das bei Krone neue Geschäftsmodell „Fleet green“, also für Landmaschinen. Auch die Tochtergesellschaft „Silver Crown“, in der wir Beteiligungen an anderen Unternehmen und sonstige Kapitalanlagen bündeln, fällt in meine Zuständigkeit. Nicht zu vergessen ist meine Aufgabe als Bindeglied zwischen der operativen Holding und der Bernard Krone Stiftung, in die Familie Krone ihre unternehmerischen Aktivitäten 2020 eingebracht hat.

**XtraBlatt:** Demzufolge hat die Familie Krone das operative Geschäft komplett dem Management übergeben?

**Ole Klose:** Als Aufsichtsratsvorsitzender ist Herr Krone in alle wesentlichen Weichenstellungen und Entscheidungen einbezogen und aktiv dabei. Und Frau Renzelmann ist als Geschäftsführerin des LVD Krone nach wie vor operativ tätig. Aber davon abgesehen, liegt die operative Verantwortung erstmals in der Firmengeschichte vollständig in Händen eines Managements, welches nicht aus der Familie stammt. Das hat nicht nur, aber sehr maßgeblich auch mit dem rasanten Wachstum der Firmengruppe zu tun und dem dafür erforderlichen Umbau zu prozessorientierten Strukturen, um allen Herausforderungen einer großen Unternehmensgruppe zu begegnen.

**XtraBlatt:** Bleibt mit der „Konzernstruktur“ nicht vielleicht die Kundenzentrierung – also ein Teil des Wertegerüsts und damit Markenkerns – auf der Strecke, der bisher maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens beigetragen hat?

**Ole Klose:** Nein! Die bisherige absolute Kundenzentriertheit soll und wird trotz der größeren Strukturen beibehalten. Dies ist sicher eine Herausforderung, aber wir arbeiten intensiv daran, die Werte der Marke Krone, wie z. B. Qualität, Innovationskraft, Zuverlässigkeit, Erreichbarkeit, Flexibilität und schnelle Entscheidungen, zu erhalten oder gar weiter zu verbessern.



## » Zur Person

**Ole Klose** ist seit Oktober 2019 für die Bernard Krone Holding SE & Co. KG tätig, erst als Mitglied der Geschäftsführung, seit April 2022 als Vorstandsmitglied. Dort hat er die Funktion des Finanzvorstands (Chief Financial Officer, kurz CFO) inklusive des Personalressorts inne. Gemeinsam mit dem Vorstandsvorsitzenden Dr. David Frink (Chief Executive Officer, kurz CEO) sowie Dr. Stefan Binnewies (Chief Operations Office, kurz COO) teilt er sich die Aufgaben an der Konzernspitze. Vor seinem Eintritt in die Holding war Ole Klose in verschiedenen leitenden Funktionen im Bankensektor tätig, zuletzt 16 Jahre für das private Bankhaus Lampe. Dort verantwortete er u. a. das Firmenkundengeschäft, Corporate Finance sowie das Beteiligungsmanagement. Der 56-Jährige ist verheiratet und hat zwei Kinder.

**XtraBlatt:** Stichwort verbessern – Krone investiert ja seit geraumer Zeit massiv, derzeit etwa in ein neues Ersatzteilzentrum in Spelle und einen neuen Fertigungsstandort in Ibbenbüren. Parallel wurden im Laufe der Jahre verschiedene Firmen übernommen, z. B. Gigant und Knapen, oder weitere Beteiligungen vereinbart, etwa an Start-ups. Welche strategische Richtung steht dahinter – Sortimentserweiterung oder größerer Wertschöpfungsanteil?

**Ole Klose:** Ihre Frage berührt sehr verschiedene und komplexe Themenfelder, ist daher nicht einfach zu beantworten. Beginnen wir mit dem Thema Fertigung. Im Bereich Landtechnik ist Spelle der bisher einzige Fertigungsstandort – der seit Längerem an der absoluten Kapazitätsgrenze läuft. Mit unglaublichen Kraftanstrengungen und enormer Flexibilität ist es dem ganzen Team in allen Bereichen gelungen, dennoch alle Herausforderungen zu meistern. Doch es wird höchste Zeit, diese Situation mit einem großen Wurf zu entschärfen. Denn nach unserer Einschätzung geben die Landtechnik-Märkte uns nach wie vor ein sehr deutliches Potenzial für weiteres Wachstum. Das wäre unter heutigen Bedingungen aber nur eingeschränkt nutzbar. Ein Teil dessen, was ich soeben den großen Wurf nannte, ist der richtig von Ihnen angesprochene Neubau unseres hochmodernen Ersatzteilzentrums. Den bisher für das Ersatzteillager im Werk genutzten Platz können wir ab 2024 verwenden, um die eigentliche Fertigung massiv umzubauen sowie zusätzliche Kapazitäten zu schaffen.



Der Fachhandel ist und bleibt die maßgebliche Schnittstelle für Krone zu den landwirtschaftlichen Kunden.

Ole Klose,  
Finanzvorstand  
Krone-Holding



Der neue Standort Ibbenbüren gehört ebenfalls zu diesem Konzept. Denn neben dem Umbau in Spelle standen wir in der Landtechniksparte vor der Frage, entweder einen Teil der Fertigung ins weniger lohnintensive Ausland zu verlagern, so also mehr Wertschöpfung abzugeben, oder zusätzlich in Deutschland zu investieren. Wir haben uns für die zweite Option entschieden, also für den Standort Ibbenbüren, und dort für ein Fertigungskonzept mit einem hohen Automatisierungsgrad, wie es ihn in unserer Branche so noch nicht gibt. Durch den Start auf der sogenannten grünen Wiese konnten wir sämtliche Abläufe idealtypisch realisieren. Außerdem haben wir dort eine für Krone völlig neue IT-Infrastruktur eingerichtet, die ich als „State of the Art“ bezeichnen möchte. Das Investitionsvolumen in dreistelliger Millionenhöhe ist für Krone nicht nur finanziell ein riesiger Meilenstein, sondern auch ein Entwicklungsschritt in der Firmengeschichte. Mittlerweile ist eine Produktionshalle fertig, weitere sollen folgen. So gelingt es uns, am Hochlohnstandort Deutschland ein zukunfts- und wettbewerbsfähiges Fertigungskonzept zu realisieren und die Wertschöpfung in der Krone-Gruppe zu halten.

**XtraBlatt: Steht dort die Baugruppen-Vorfertigung für das Werk in Spelle im Fokus? Oder sollen dort auch Komplettgeräte gefertigt werden?**

**Ole Klose:** Das Werk in Ibbenbüren ist ein Vorlieferant für die Produktionsstätte in Spelle, aber zumindest perspektivisch nicht nur für Bauteile oder -gruppen angelegt. Die neuen Fertigungskonzepte könnten theoretisch – in der mittel- bis längerfristigen Betrachtung – auch die Basis sein, um weniger komplexe Komplettgeräte, wie

Mäher, Wender oder Schwader, mit einem hohen Automatisierungsgrad hochwertig und effektiv zu produzieren.

**XtraBlatt: Mehr Wertschöpfung in der Krone-Gruppe zu halten – war das vor Jahren auch die Motivation zum Kauf des Achsenspezialisten Gigant?**

**Ole Klose:** Das ist so nicht 1:1 vergleichbar. Gigant ist strategisch bisher in unsere blaue Welt einzuordnen, also den Nutzfahrzeugbereich. Betrachtet man die Baugruppen an Lkw-Trailern, so sind die Achsen dasjenige mit der technisch größten Komplexität und damit dem größten Wertschöpfungsanteil. Insofern trifft Ihre Frage zu. Allerdings lag darin nicht die Hauptmotivation dieser Integration. Die Achsaggregate sind vielmehr Schlüsselkomponenten bei der Bewältigung der künftigen Auf- und Vorgaben, als da sind: Elektrifizierung des Transportwesens, Automatisierung bzw. Fahrermangel, Digitalisierung und CO<sub>2</sub>-Reduktion.

Hier kommt zusätzlich ein innovatives Unternehmen namens Trailer Dynamics ins Spiel, an dem sich Krone über die Venture-Capital-Sparte Silver Crown beteiligt hat. Trailer Dynamics entwickelt eine über den Königszapfen sensierte, elektrische Antriebsachse für Trailer, mit der Sattelaufleger perspektivisch aktiv unterstützt und „intelligent“ werden. Derzeit steht die CO<sub>2</sub>-Reduktion in einer sehr spannenden Größenordnung im Vordergrund, da die EU bei ihren Vorgaben nicht nur Zugmaschinen, sondern auch Trailer und Anhänger einbezieht. Der Trailer verfügt neben der Antriebseinheit nun auch über eine große Batteriekapazität, kann also beispielsweise für unsere Telematik-Systeme Strom liefern und somit die Basis legen für interessante Kunden-Mehrwertkonzepte in der Logistik. Derartige digitale und elektronische Services spielen im Nutzfahrzeugbereich heute eine größere Rolle als in der Landtechnik – aber auch dort geht die Entwicklung in diese Richtung.

**XtraBlatt: Woran denken Sie dabei konkret?**

**Ole Klose:** Die Stichworte dazu sind ebenfalls Automatisierung und Digitalisierung. Der Arbeitskräftemangel trifft auch die Landtechnik und Landwirtschaft, egal, ob Landwirt, Lohnunternehmer oder Fachhändler. Den in der Landtechnik gewohnten Servicestandard aufrecht zu erhalten und zudem die immer komplexeren Herausforderungen zu bewältigen, wird ein gewaltiger Kraftakt. Dafür wird die Branche völlig neue Konzepte umsetzen müssen.

**XtraBlatt: Läuft das auch auf Prognosemodelle hinaus, die auf Basis künstlicher Intelligenz**



**In Ibbenbüren errichtet Krone in mehreren Ausbaustufen auf 18,5 ha und mit einem Investitionsvolumen in dreistelliger Millionensumme ein neues Werk zur Komponentenfertigung, das als Zulieferer für die anderen Krone-Standorte fungieren soll. Die erste Produktionshalle ist bereits in Betrieb, weitere sollen folgen.**

**Ausfallwahrscheinlichkeiten errechnen?**

**Ole Klose:** Das ist sicher einer von diversen Denkansätzen. Wobei dennoch die Frage bestehen bleibt: Wie werden Serviceleistungen flächendeckend auf dem erforderlichen hohen Level sichergestellt, wenn die Zahl der Händler abnimmt – ein Trend, der nicht allein Krone, sondern die ganze Branche betrifft – und es nicht mehr ausreichend Nachwuchs in den Fachbetrieben gibt, der bereit ist, sich den Anforderungen in der Landtechnik und der Landwirtschaft zu stellen? Das wird Lösungen erfordern, die vielen Beteiligten heute noch schwer vorstellbar erscheinen. Aber auch bei naheliegenden Ansätzen von Augmented Reality im Service bis hin zur Bildung von Service-Kompetenzzentren ist noch nicht klar, was am meisten Sinn ergibt. Wahrscheinlich liegt die kurz- und mittelfristige Lösung in einer Mischung verschiedener Ansätze, wie der noch intensiveren Glättung von Service-Spitzen durch vorbeugende Instandsetzung und Serviceverträge, digitalen Tools und der Bildung besagter Kompetenzzentren mit größerem Einzugsradius.

**XtraBlatt: Basis dessen soll aber der servicegebende Fachhandel bleiben? Im Nutzfahrzeugsektor bewähren sich mittlerweile ja schon andere Konzepte ...**

**Ole Klose:** Auf jeden Fall! Um jedem Missverständnis vorzubeugen: Der Fachhandel ist und bleibt die maßgebliche Schnittstelle für Krone zu



den landwirtschaftlichen Kunden. Gemeinsam müssen wir jedoch über ergänzende Lösungen nachdenken, die auch langfristig für alle Beteiligten eine gute Basis bilden, um die anstehenden Aufgaben zu erfüllen. Als Beispiel sei das Gebrauchtmaschinengeschäft genannt. Die Lösungen können regional durchaus unterschiedlich aussehen. Aber es wird gelingen, davon bin ich überzeugt.

**XtraBlatt: Provokant gefragt: Liegt die Zukunft in der Landtechnik noch im Verkauf von Maschinen? Oder läuft es längerfristig auf den Verkauf von Nutzungseinheiten hinaus, sozusagen pay per use?**

**Ole Klose:** Diesbezüglich ist die Nutzfahrzeugbranche zurzeit etwas weiter als die Landtechnik. Pay per use wird auch in der Landwirtschaft eine Option werden, allerdings in kleinerem Umfang. Ein erstes Versuchsprojekt haben wir kürzlich mit „Krone Fleet Green“ in Deutschland und Dänemark gestartet, als Testmodell mit wenigen Maschinen für den Einstieg in das Vermietgeschäft. Zum Vergleich: Krone Fleet im Nutzfahrzeugsektor führt derzeit international einen Trailerbestand in fünfstelliger Größenordnung. ▶

Die Landtechnik-Märkte geben uns nach wie vor ein sehr deutliches Potenzial für weiteres Wachstum.

Ole Klose,  
Finanzvorstand  
Krone-Holding



Aber anders als bei Trailern sind z. B. Nutzungsintensität und Wertverlauf schwieriger einzuschätzen, was die Kalkulationen nicht einfacher macht. Allerdings wird die Digitalisierung der Maschinen und damit die vorhandene Datenbasis diesbezüglich einiges erleichtern. Aber: Das Vermietgeschäft erfordert immense Kapitalsicherheit, das geht nicht mal eben aus der Portokasse. Auch das muss buchstäblich eingepreist werden – und die Kunden müssen bereit sein, dies über die Mietkosten abzudecken. Letztlich geht es um die TCO, also die Total Costs of Ownership einer Maschine. Immer mehr Lohnunternehmer oder Landwirte denken und rechnen ebenso, vergleichen somit Kosten ganzheitlich realistisch. Die aktuelle Zinsentwicklung könnte diesen Trend noch beschleunigen.

**XtraBlatt:** *Wo wir gerade bei Umdenken und Zukunftskonzepten sind: Wie bewerten Sie den Denkansatz, dass Landwirte ihren Lohnunternehmer in der Futterernte nicht allein nach Hektar- oder Stückzahlleistung bezahlen, sondern z. B. als ergänzende Komponente nach Futterqualität oder geernteten Nährstoffen? Digitale Technik macht Erfassung und Dokumentation ja schon jetzt möglich ...*

**Ole Klose:** Ein interessantes Beispiel – dessen Realisierung aber nicht nur von den technischen Möglichkeiten der Erntemaschinen abhängen wird ...

**XtraBlatt: Sondern?**

**Ole Klose:** ... von einer völlig neuen Art der Zusammenarbeit zwischen Kunde und Dienstleister. Ein Lohnunternehmer würde sich – bewusst im Konjunktiv gesprochen – vermutlich nur dann auf eine derartige Abrechnungsweise einlassen, wenn er selbst an allen relevanten Stellschrauben drehen kann. Das würde beim Grünland auf eine Komplettbewirtschaftung hinauslaufen. Zu-



**Mit der elektrisch angetriebenen Achse plus sensorischem Königszapfen von Trailer Dynamics hat Krone einen großen Schritt zur CO<sub>2</sub>-Reduktion in der Logistik vollzogen. Das Konzept bietet jedoch auch spannende Optionen für weitere digitale und elektronische Mehrwertkonzepte – ein Trend, der ebenso in der Landtechnik zunimmt.**



mindest im deutschsprachigen Raum sehe ich Derartiges bis auf Weiteres nicht. Und selbst dann wäre der qualitätsrelevante Faktor Wetter immer noch maßgeblich.

Nicht vergessen werden darf in dem Zusammenhang die Eichfähigkeit von integrierter Wiegetechnik und NIR-Sensoren, vor allem aber die Akzeptanz derartiger Lösungen durch den Gesetzgeber. Aber ich gebe Ihnen recht: Es ist eine spannende Denkrichtung, die ich für technisch möglich halte – wenn die Kunden sie denn wünschen.

Das schließt auch den Kreis zu Ihrer Eingangsfrage nach der strategischen Ausrichtung: Die Digitalisierung bietet gigantische Chancen, aber ebensolche Herausforderungen, gerade für mittelständische Hersteller wie Krone. Mit unseren heutigen Erfahrungen aus dem Nutzfahrzeugsektor und den neuen internen Strukturen, wie z. B. dem neuen Bereich Silver Crown, über den Sie in dieser Ausgabe direkt im Anschluss an unser Interview berichten, haben wir die Voraussetzungen geschaffen, um den richtigen Kurs einzuschlagen. Und um in dem Sprachbild zu bleiben: Der Maschinentelegraf steht auf „Volle Fahrt voraus“.

**Gemeinsam mit dem Vorstandsvorsitzenden und CEO Dr. David Frink (Mitte) sowie Dr. Stefan Binnewies (r., COO) teilt sich Ole Klose als Finanzvorstand (CFO) die Aufgaben an der Konzernspitze.**

TRENDSCOUTING

# Speedboat zum Erfolg

Die Trends und Marktherausforderungen von übermorgen zu finden und dafür heute schon die Entwicklung passender Lösungen anzuschieben, ist für Krone eine strategische Aufgabe. Wie das funktioniert, hat sich XtraBlatt von Verantwortlichen der Geschäftseinheit „Silver Crown“ erklären lassen.



Krone möchte ein Partner für Innovationen sein, die weit über die eigentliche Technik hinausgehen.

**Johannes Hennewig,**  
Geschäftsführender Direktor Silver Crown





**Insgesamt zählen rund 30 Mitarbeitende aus allen Teilen der Krone-Gruppe zum „Speedboat“. Ziel des Teams ist es, Veränderungen im Umfeld zu identifizieren, Lösungen dafür zu finden und dadurch wichtige Impulse ins Unternehmen zu geben.**

**Wir investieren nicht nur in Technologien, sondern ebenso in Menschen.**

**Guido Ringling, Geschäftsführender Direktor Silver Crown**

**W**ie entwickeln sich die Märkte in den nächsten zehn oder 15 Jahren? Was sind die Technikrends von übermorgen? Und welche disruptiven Trends könnten dem eigenen Geschäftsmodell auf Dauer eventuell gefährlich werden? Diese und ähnliche Fragen treiben wohl jedes Unternehmen um, auch Landtechnikhersteller wie Krone. Da sich die sprichwörtliche Glaskugel aber nach wie vor in keinem Unternehmen findet, ist es wichtig, firmenintern Strukturen und Teams zu etablieren, die als Trend- und Technicscouts agieren.

„In vielen Unternehmen laufen solche Teams unter Namen wie Think-Tank oder Innovation-Lab. In unserer internen Kommunikation nennen wir es jedoch das Speedboat. Dessen Eigenschaften – klein, schnell, wendig – passen sehr gut zu dem, was wir erreichen möchten: gedanklich losgelöst vom Tagesgeschäft die Unternehmensgruppe, also quasi das Mutterschiff, mit frischen Ideen zu versorgen, spannende Partner zu finden und zu prüfen, inwieweit diese zu Krone passen können“, erklärt Johannes Hennewig. Er verantwortet zusammen mit Jochen Mählmann und Guido Ringling die eigenständige Geschäftseinheit „Silver Crown“.

### Von Ideen zu Projekten

Doch reichen drei Personen, um in einer Unternehmensgröße wie Krone die geschilderten Scout-Aufgaben erfüllen zu können? Diese Frage lässt Guido Ringling schmunzeln: „Natürlich ist die Zahl derer, die – bildlich gesprochen – mit im Speedboat unterwegs sind, deutlich größer. Insgesamt sind es rund 30 Kolleginnen und Kollegen aus allen Teilen der Krone-Gruppe, die mit viel Engagement dazu beitragen, Veränderungen im Umfeld zu identifizieren, Lösungen dafür zu finden und dadurch wichtige Impulse ins Unternehmen zu geben.“

Wobei ihm auch der Hinweis wichtig ist, dass besagte 30 nicht ihre gesamte Arbeitszeit als Scouts verwenden, sondern zusätzlich jeweils einen Hauptjob in verschiedenen Geschäftseinheiten der Gruppe haben. Das gilt übrigens auch für die drei Verantwortlichen der Silver Crown: Guido Ringling beispielsweise ist in der Holding verantwortlich für die Strategie der Landtechniksparte, Jochen Mählmann hatte dort die gleiche Aufgabe für die Nutzfahrzeugsparte. Er ist mittlerweile einer der verantwortlichen Geschäftsführer in einem der Start-ups. Nachfolgerin für Jochen Mählmann ist nun Anna-Lena Jerzembeck. Und Johannes Hennewig verantwortet in seiner kaufmännischen Funktion das Beteiligungsmanagement.

„Diese Kombination unseres Trios ist in mehrfacher Hinsicht vorteilhaft – einmal im Mix aus zwei Strategen und einem Kaufmann, aber ebenso, dass wir sowohl Landtechnik als auch Nutzfahrzeuge im Fokus haben. Schließlich geht es ja darum, mit dem Speedboat nicht nur Ideen und Impulse einzusammeln, sondern diese zu bewerten, die relevanten Themen im Team mit den verantwortlichen Kolleginnen und Kollegen aus den jeweiligen Geschäftsfeldern weiter zu konkretisieren und das Ergebnis am Ende in die Gruppe zu integrieren – also quasi eine Idee zur Serienreife zu bringen“, ergänzt Johannes Hennewig.

### Partner auf Augenhöhe

Was die Art der Projekte betreffe, gebe es ebenfalls eine sehr große Bandbreite. Dabei gehe es nicht ausschließlich darum, Start-ups zu finden und sich ggf. auch daran zu beteiligen. „Das ist natürlich ein Ansatz. Aber ebenso kann eine Kooperation sinnvoll sein. Das gilt außerdem nicht nur für Start-ups, sondern ebenso für etablierte Unternehmen“, sagt Johannes Hennewig. Und sein Kollege Ringling fügt hinzu: „Hier liegt ein wesentlicher Unterschied zu bspw. klassischen Venture Capitalists, die freier am Markt z. B. in Start-ups investieren und dabei eine ganz konkrete monetäre Renditeerwartung haben. Krone dagegen hat vornehmlich das Interesse, einen technologischen oder strategischen Fortschritt ins Unternehmen zu holen, um entweder das eigene Geschäftsmodell oder das unserer Kunden zu verbessern. Das ist der Fokus bei den Investments. Und zwar als Partner auf Augenhöhe. Denn wir investieren nicht nur in Technologien, sondern ebenso in Menschen.“

Ein Beispiel für ein sehr erfolgreiches Projekt der Krone-Nutzfahrzeugsparte ist die Beteiligung am Start-up „Trailer Dynamics“. Dort wurde eine elektrisch angetriebene Trailerachse in Kombination mit einem sensorischen Königszapfen, dem Verbindungselement zwischen Lkw und Auflieger, entwickelt. „Die patentierte Innovation daran ist

die Sensorik des Zapfens, die in Kombination mit der E-Achse den Kraftstoffverbrauch des Lkw in Größenordnungen von mindestens 20 % senkt. Das kommt einer kleinen Revolution in der Transportlogistik und einer immensen Verbesserung der Umweltbilanz gleich“, schildert Guido Ringling mit hörbarer Begeisterung.

Daran sei zudem gut erkennbar, wie ein völlig externes Thema hervorragend in die Krone-Gruppe integriert werden könne, so Johannes Hennewig: „Trailer Dynamics besteht als eigenständiges Unternehmen weiter. Krone gibt die notwendige Unterstützung, um das Projekt zur Marktreife eines homologierten Produkts zu bringen, bietet dem Start-up einen europaweiten Marktzugang und partizipiert im Gegenzug von einer bahnbrechenden Innovation“, beschreibt er die Konstellation und ergänzt: „Außerdem zeigt das Beispiel eine weitere Aufgabe der Silver Crown: die Synchronisation der unterschiedlichen Arbeitsweisen bzw. -geschwindigkeiten eines Start-ups und eines großen Familienunternehmens wie Krone.“

### Mehr als „nur“ Technik

Neben rein technischen Innovationen fokussiert sich die Arbeit der Besatzung des Krone Speedboats sowie der Geschäftseinheit Silver Crown auch auf thematisch scheinbar weiter entfernte Betätigungsfelder. Als Beispiel nennt Guido Ringling die Beteiligung am Software-Unternehmen AgForce, dessen gleichnamiges Betriebsmanagement-Programm ein wesentlicher Digitalisierungs- und Prozessoptimierungsbaustein für Lohnunternehmen ist. Auch hervorzuheben ist das Engagement seitens Krone im Start-up-Fonds „Scalehouse“ in Osnabrück. Dabei handelt es sich um eine Netzwerk-Organisation, die von verschiedenen Unternehmen aus unterschiedlichen Segmenten



**Verantwortlich für die Geschäftseinheit Silver Crown (v.l.n.r.): Guido Ringling, Johannes Hennewig, und Anna-Lena Jerzembeck.**

im Nordwesten Deutschlands getragen wird. Scalehouse selbst investiert über eigene Fondsstrukturen in spannende Start-up-Unternehmen, wobei die Schwerpunkte in den Bereichen Agrar-Tech, Food-Tech und digitaler Geschäftsprozesse liegen.

AgForce und Scalehouse stehen sinnbildlich für die Digitalisierungsbestrebungen in der Agrarbranche, so Guido Ringling weiter: „Ziele sind letztlich eine ganzheitliche Betrachtung der Themen Agrar und Ernährung, die Analyse sich abzeichnender Trends und natürlich das Ableiten von Strategien für die beteiligten Firmen. Gerade der Großraum Osnabrück und die angrenzenden Regionen schicken sich an, zu einem Agrar-Hub Deutschlands zu werden, also zu einer der Innovations-Hochburgen der Agrarbranche im digitalen Zeitalter, mit vielen Leistungsträgern und einem hervorragenden Netzwerk. Und Krone ist ein maßgeblicher Player in diesem Umfeld.“



**Ein Beispiel für thematisch weiter entfernte Betätigungsfelder der Geschäftseinheit Silver Crown ist die Beteiligung am Software-Unternehmen AgForce, dessen gleichnamiges Betriebsmanagement-Programm ein wesentlicher Digitalisierungs- und Prozessoptimierungsbaustein für Lohnunternehmen ist.**



# Zeit zum Umdenken

Der Klimawandel stellt die Grasernte vor neue Herausforderungen. Diese sind durchaus zu bewältigen – wenn die Landwirte ihr Dauergrünland auf „Trockenstress“ vorbereiten und es ebenso sorgsam behandeln wie ihren Acker, meint Grünlandexperte Heinz-Günter Gerighausen. Ein Plädoyer pro Umdenken.



Was die professionelle Grünlandbewirtschaftung angeht, sind die Komponenten alle da – jetzt kommt es darauf an, sie richtig und konsequent zu nutzen.

**Heinz-Günter Gerighausen,**  
Grünlandexperte

**O**bwohl der Winter 2022/2023 in weiten Teilen Deutschlands durchaus beachtliche Niederschläge gebracht hat, sind die Defizite der vergangenen Jahre in den tieferen Bodenschichten noch lange nicht aufgefüllt. Und einige Regionen verzeichneten auch jetzt wieder eine ausgeprägte Wintertrockenheit, wie z. B. das Allgäu. In der mehrjährigen Betrachtung zeigt sich, dass speziell die mit bis zu 1.200 mm Jahresniederschlag Regen-gewohnten Mittelgebirgslagen im Schnitt bereits jetzt mit einer Halbierung des verfügbaren Wassers leben müssen. Gerade dort ist Dauergrünland eine der dominierenden Produktionsverfahren, auf dessen Erfolg die Landwirte angewiesen sind. Wird Dauergrünland also auch längerfristig eine verlässliche Grundlage für hochwertiges Grundfutter sein, das für eine leistungsfähige Milchviehhaltung erforderlich ist? Oder bleibt – provokant gefragt – nur noch die extensive Nutzung für Mutterkuh-, Schaf- und Ziegenhaltung? Sind vielleicht sogar die in jüngster Zeit von der EU subventionierten Extensivierungsprogramme die beste Lösung?

## Grünlandpflege lohnt sich

Tatsache ist, dass die teils erheblichen Ertragseinbußen auf Dauergrünland in Folge der Trockenheit ohnehin schon eine drastische Form der Extensivierung darstellen, meint Heinz-Günter Gerighausen. Als Berater der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen und Fachlehrer der Lehr- und Versuchsanstalt Haus Riswick hat er sich über Jahrzehnte mit der Optimierung der Grünlandbewirtschaftung und der

Futterproduktion beschäftigt. Der 70-Jährige gilt zudem in der Landtechnikbranche als absoluter Experte, wenn es um Techniktests rund um die Grünfütterernte geht, dessen immense Erfahrung unverändert geschätzt wird. Auf die Frage nach den notwendigen Weichenstellungen für die Grünlandnutzung betont er jedoch: „Dafür gibt es kein einfaches Patentrezept, mit dem man in allen Regionen agieren könnte. Wichtiger denn je ist es, für die jeweiligen Standorte angepasste Strategien zu entwickeln. Dafür möchte ich gern einige Impulse und gedankliche Ansätze vermitteln. Die Lösungen zur Bewältigung der Herausforderungen müssen jedoch vor Ort von jedem Landwirt selbst entwickelt werden. Dazu gehört auch die Bereitschaft, Neues auszuprobieren.“

Impuls Nr. 1 für eine veränderte Grünlandnutzung ist eher grundsätzlicher Natur. Wichtig ist nach Einschätzung von Heinz-Günter Gerighausen eine veränderte Einstellung zum Grünland, es also nicht mehr stiefmütterlich zu behandeln, als „eh-da-Flächen“, die für nichts anderes nutzbar seien und deren Ertrag man irgendwie nutzen müsse. „Warum ziehen Landwirte bei der Bewirtschaftung ihrer Ackerflächen alle Register, ignorieren bei Grünland jedoch selbst die wichtigsten Grundpflegeschriffe, deren Wirkung seit Jahrzehnten über die Versuche nachgewiesen wurde?“ fragt er in seiner pragmatisch-direkten Art, um anzufügen: „Gut gepflegtes Grünland kann genauso ertragreich sein wie eine Ackerfläche, und der notwendige Aufwand zahlt sich um ein Mehrfaches in Form von Ertrag plus Qualität aus.“



**Regelmäßiges Bonitieren zur Bestimmung der Nutzpflanzen- und Beikrautpopulation ist die Basis der professionellen Grünlandbewirtschaftung.**





**Grünlandexperte Heinz-Günter Gerighausen: „Wichtiger denn je ist es, für die jeweiligen Standorte angepasste Strategien zu entwickeln.“**

## » In Kürze

Eine gute Bestandsführung des Grünlands (Bonitierung, Narbenpflege, Nachsaat) ist wichtiger denn je

Anpassung des Pflanzenbestandes auf veränderte klimatische Bedingungen, Steigerung des Leguminosenanteils

Standort-spezifische Nachsaatmischungen wählen

Nutzung von NIR-Sensoren für die Messung der Inhaltsstoffe und des TM-Gehaltes zur Bestimmung des optimalen Erntezeitpunktes

Als einige von zahlreichen dieser Register benannt er u. a. regelmäßiges Striegeln und Nachsäen. „Von regelmäßigen Bodenproben und Kalken will ich dabei gar nicht reden, obwohl dies eine der einfachsten und effektivsten Möglichkeiten zur Optimierung des Futterertrages ist. Doch schon das ist so manchem Landwirt zu teuer“, mag er sich den kleinen Seitenhieb nicht verkneifen. Auch die regelmäßige Bonitierung der Flächen ist eine zentrale Stellschraube. Nur so könne die Veränderung des Bestandes wahrgenommen und die sinnvollen Maßnahmen eingeleitet werden, ist Heinz-Günter Gerighausen überzeugt.

„Im Trockensommer 2022 zeigte sich z. B. im Sauerland und in der Eifel, aber ebenso am Niederrhein, als der zweite Grasschnitt dünn und der sonst übliche dritte Schnitt ganz ausfiel und die Flächen einer Steppe glichen, dass einige Grasarten diese extremen Verhältnisse besser ertrugen. Das bedeutet im Umkehrschluss: Wir werden die Pflanzenbestände auch auf Dauergrünland im Zuge regelmäßiger Nachsaat anpassen und dazu standortspezifische Mischungen finden müssen, die zur Bodenart und der verfügbaren Wassermenge passen. Und beim Bezug der Mischungen sollte auch darauf geachtet werden, Chargen aus Vermehrungen einzufordern, die aus trockenen Regionen kommen.“

## Leguminosen sind wichtig

Für den Umbau des Pflanzenbestandes auf Dauergrünland ist es jedoch ebenfalls wichtig, verstärkt Leguminosen einzusetzen, so sein Hinweis – nicht nur zum Vorteil von Artenvielfalt und Insektenförderung, sondern dank des gesammelten Stickstoffs zur Erhaltung der Leistungsfähigkeit. „Unter dieser Voraussetzung muss die seitens der Politik vorgegebene Obergrenze von 170 kg/ha N kein Limit für eine ertragsreiche Grünlandnutzung sein“, ist er überzeugt und ergänzt: „Außerdem nutzen die tief wurzelnden Leguminosen auch die Wasservorräte in größerer Tiefe und bieten so eine höhere Ertragssicherheit.“

Und noch einen Aspekt gibt der Grünlandexperte zu bedenken: die Steigerung des Humusgehaltes. Je höher dieser sei, desto agiler entwickle sich der Pflanzenbestand. Gut geführtes Grünland mit gutem Humusgehalt trage zudem in erheblichem Umfang zur Kohlenstoffbindung bei und wirke dem Klimawandel entgegen. „Die Verringerung des sogenannten CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks ist ein zentrales gesellschaftliches Anliegen geworden – und die Landwirtschaft ist ein wesentlicher Faktor dessen. Das kann gar nicht deutlich genug betont werden.“

Hilfreich bewertet er in diesem Kontext die organische Düngung von Grünland – allerdings weniger

in Form von Festmist. Diesen über den Umweg durch die Biogasanlage zu veredeln und zudem in einen pumpfähigen Zustand zu bringen, sei sinnvoller. Gut homogenisierter Gärrest lasse sich effektiv ausbringen, vorzugsweise mit Schleppschuh oder Injektion, sodass die Nährstoffe weitgehend dort hingelangen, wo sie benötigt werden. An dieser Stelle räumt Heinz-Günter Gerighausen mit einer Fehleinschätzung auf: Langjährige Versuche hätten gezeigt, dass die sogenannte Wintergülle – ab Februar ausgebracht – sehr gut und frühzeitig vom Grasbestand genutzt werde, die Verluste also, anders als landläufig behauptet, sehr überschaubar seien.

## Controlled Traffic

Von einem Komplettumbruch mit Neuansaat hält der Grünlandexperte in diesem Zusammenhang deshalb gar nichts, denn dies sei verbunden mit einem Humusverlust. Wichtiger sei es, die Nachsaat so zu gestalten, dass sie auch wirklich erfolgreich sein könne – also nicht einfach im Frühjahr einmal striegeln, etwas Saatgut verteilen und dann hoffen, dass es anwachsen möge. „Dies war und ist eine gängige Methode. Dazu höre ich immer wieder von Landwirten, dass sich der gewünschte Erfolg nicht eingestellt habe. Das ist auch kein Wunder, denn die immer ausgeprägteren Trockenphasen im Frühjahr und Sommer verhindern schlichtweg ein erfolgreiches Keimen und Nachwachsen. Konsequenz: Nicht nur anderes Saatgut wählen, sondern auch die Bewirtschaftungsmethode anpassen. Je nach Wetterlage im Spätsommer oder Frühherbst nachzusäen, bringt in der Regel einen deutlich besseren Erfolg“, erklärt Heinz-Günter Gerighausen.

Ein nicht zu unterschätzendes Problem sieht er in Bodenverdichtungen, die vorzugsweise entstehen, wenn schwere Fahrzeuge auf nassen Untergrund treffen, etwa bei der Ausbringung für Gülle oder Gärreste. Aber auch schwere Erntetechnik kann unter Umständen dem Porenvolumen sehr zusetzen. „Auf Grünland sind die Folgen meist nicht so unmittelbar sichtbar wie im Ackerbau – aber sie sind vorhanden“, weiß er aus Erfahrung und zahllosen Untersuchungen. Diese z. B. mit einem Tiefenlockerer aufzubrechen, bringe auf Grünland nichts. Dies steigere nur das Risiko einer Verlagerung der feinen Bodenbestandteile in die Hohlräume, sodass die Verdichtung im Nachhinein wieder auftrete.

Stattdessen hält Heinz-Günter Gerighausen es für sinnvoll, über „controlled traffic farming“ (CTF) nachzudenken. „Das mag utopisch klingen, ist aber dank RTK und GPS inzwischen durchaus gut umsetzbar und in seinem positiven Effekt nicht zu unterschätzen“, ist er überzeugt. Wichtig

sei es jedoch, die Arbeitsbreiten der gesamten Technikette aufeinander abzustimmen – was seines Erachtens aus wirtschaftlicher Perspektive nahelegt, Düngung, Mähen und Futterbergung komplett in die Hand eines Lohnunternehmers zu geben. „Das würde auch die Abstimmung des Mäh- und Erntezeitpunkts verbessern. Denn nach wie vor sorgt dies regelmäßig dafür, dass Gras mit zu viel Trockenmasse siliert wird – vor allem, wenn der Landwirt erst mäht und dann den Lohnunternehmer zur Bergung bestellt.“ Allerdings erfordert auch das ein Umdenken in der Landwirtschaft, gibt der Grünlandexperte zu bedenken.

## NIRS ist ein Muss

Das Stichwort Lohnunternehmer leitet zu einem weiteren, aus seiner Sicht zukunftsweisenden technischen Aspekt über: der Nutzung der Nah-Infrarot-Spektroskopie mittels sogenannter NIR-Sensoren am Häcksler zur Bestimmung der Futterinhaltsstoffe. „Mit ihrer Hilfe ist es möglich, die Inhaltsstoffe des Futters exakt zu bestimmen und somit schon beim Silieren zu wissen, was später zur Fütterung bereitsteht.“ Ebenso wichtig sei die Bestimmung der Trockenmasse (TM) und damit des optimalen Bergezeitpunkts. Veränderte Pflanzenbestände sowie ein witterungsbedingt schnelleres Abtrocknen werden diese Herausforderung noch verschärfen und die



**NIR-Sensoren bieten die Möglichkeit, die Inhaltsstoffe des Futters exakt zu ermitteln und den optimalen Bergezeitpunkt aufgrund des Trockenmasse-Gehalts zu bestimmen.**

Pi-mal-Daumen-Einschätzung noch unzulänglicher machen.

„Es gibt meines Erachtens keine bessere Methode als den NIR-Sensor, um die Ist-Situation optimal zu erfassen und dementsprechend zu handeln. Dass die Lohnunternehmer für den Einsatz eines NIR-Sensors einen gewissen Aufschlag zur Kostendeckung berechnen, ist ebenso notwendig wie sinnvoll: Die überschaubaren Mehrkosten sind nichts, verglichen mit dem deutlichen Nutzen für den Landwirt. Was die professionelle Grünlandbewirtschaftung angeht, sind die notwendigen Komponenten alle da – jetzt kommt es darauf an, sie richtig und konsequent zu nutzen“, betont Heinz-Günter Gerighausen abschließend. »

**Es muss davon ausgegangen werden, dass zunehmende Frühjahrs- und Sommertrockenheit die Graserträge schrumpfen lässt, wenn der Pflanzenbestand nicht angepasst wird.**





# Von Spalten auf Stroh

Bullenmast auf Stroh ist ein Trend, der politisch unterstützt wird. Allerdings vermutet man diesen nicht unbedingt im westfälischen Kreis Steinfurt. Hier wird auf dem Hof Lambrecht-Speller bayrisches Fleckvieh gemästet. Wir haben die Hintergründe erfragt.

**A**n der Nordspitze der westfälischen Region Tecklenburger Land liegt das Örtchen Hopsten und hier betreibt die Familie Lambrecht-Speller seit Generationen Landwirtschaft. „In den 1960er-Jahren hatte unsere Familie den ersten Mähdrescher in der Region, jedoch gab es bald schon immer mehr Landwirte und Lohnunternehmer, die nachrüsteten, weshalb wir das Lohngeschäft nicht weiterverfolgt haben“, erklärt Heiner Lambrecht-Speller, der mit seinem Sohn Alexander und einem Auszubildenden auf dem Betrieb arbeitet. Bis 2014 lebten 1.000 Mastschweine auf dem Hof.

„Durch die vielen Auflagen, die in der Schweinemast dazugekommen sind, hat sich dieser Betriebszweig für uns nicht mehr gelohnt. Wir hatten zu dieser Zeit schon eine Bullenmast, die wir daraufhin auf heute etwa 800 Mastplätze ausgebaut und als Hauptgeschäftsfeld ausgewählt haben“, sagt Heiner Lambrecht-Speller. Für mehr Tierwohl setzt die Familie inzwischen auf ein Außenklimasystem und Haltung auf Stroh – weg von den typischen Spaltenböden. „Unter sechs Monaten Lebensalter ist in der Rinderhaltung eine weiche Unterlage gesetzlich eh verpflichtend. Wir haben dann den ganzen Betrieb umgestellt, um gemäß Tierwohlkonzept die Haltungsstufe 3 zu erreichen“, erklärt Heiner Lambrecht-Speller. Sein Sohn ergänzt: „Unsere Ställe sind offen, aber windgeschützt.“

## Fleckvieh aus Bayern

Damit der alte Schweinestall einen neuen Nutzen finden konnte, wurde dieser zu einem luftigen Kälberstall umfunktioniert. Mit sechs bis acht Wochen Lebensalter ziehen pro Durchgang 110 Kälber ein. „Für uns ist das Fleckvieh die Rasse unserer Wahl, in Bayern ist diese Zweinutzungsrasse sehr beliebt. Die männlichen Kälber werden aus verschiedenen Milchviehbetrieben gesammelt und mit einem Lkw zu uns geliefert“, erklärt der Seniorchef. Er und sein Sohn haben sich für diese fleischbetonte Rasse entschieden, da sie ruhig und somit gut zu handhaben ist. „Typische Bullenmastbetriebe kaufen die Tiere mit einem Alter von sechs Monaten von Fresseraufzuchtbetrieben oder

Mutterkuhbetrieben zu. Die Aufzucht will natürlich auch bezahlt werden, dies sparen wir uns hiermit. Außerdem sind diese Tiere nur begrenzt pro Jahr erhältlich, Fleckviehkälber bekommen wir regelmäßig etwa alle zehn Wochen geliefert“, klärt Alexander Lambrecht-Speller auf.

Natürlich erhalten die Kälber nicht direkt Mastfutter. „Jedes Kalb ist mit einem Transponder ausgestattet. Damit trinken sie an unserem Milchautomaten. Dies können wir digital gut überwachen, sodass ein krankes Kalb sofort auffällt, wenn es z. B. sehr langsam oder nicht die komplette Menge aufnimmt. Das Monitoring ist sehr wichtig, wenn Tiere aus bis zu 75 verschiedenen Betrieben zusammenführt werden. Nach etwa drei Wochen hat sich das Immunsystem angepasst“, sagt Alexander Lambrecht-Speller. Es dauert ca. eine Woche, um die Kälber an den Automaten zu gewöhnen. Damit sich aus dem Kalb ein gesunder Wiederkäuer entwickelt, wird den Tieren gemahlenes Kälberstroh, Kraftfutter sowie später Silomais angeboten. Zeitgleich wird die Milchmenge reduziert. Nach zehn bis zwölf Wochen sind die Tiere vollständig entwöhnt und auf Totale Mischration (TMR) umgestellt. Diese besteht dann aus Aufzuchtfutter, Grassilage, Maissilage, Stroh, Biertreber und Körnermais. Soja darf für die Haltungsstufe 3 nicht genutzt werden, da das Futter zu 100 % gentechnikfrei sein muss. Mit sechs Monaten etwa beginnt die Mast, die aus der Vor-, Mittel- und Endmast besteht. Hier wird die Futterration – an die jeweilige Maststufe angepasst – auf Maissilage, Grassilage, Biertreber, Rapsschrot, Körnermais und – je nach Verfügbarkeit – Zuckerrüben-Pressschnitzel umgestellt. Zur bedarfsgerechten Fütterung wird ein selbstfahrender Futtermischwagen eingesetzt. Die Bullen werden mit 18 Monaten mit einem Lebendgewicht von ca. 800 kg an einen Schlachthof verkauft. Das Schlachtgewicht entspricht gut der Hälfte. ➤





## » Der Betrieb

Die **Hofstelle Lambrecht-Speller** existiert bereits seit ca. 1650. Damals wurden drei Männer damit beauftragt, das Land auf dem Breischen zu vermessen und in Karten einzuzeichnen. Der Dräger, der Speller und der Teeken wurden mit dieser Aufgabe vertraut. Die Aufgabe des Speller bestand darin, das „Spiel“, das Vermessungsinstrument, zu bedienen. Aus dieser Tätigkeit entstand der Name Speller. Zum Lohn für ihre Arbeit erhielten die drei Männer jeweils eine Fläche auf dem Breischen, auf welcher sich die heutigen Hofstellen befinden. Seit dieser Zeit ist der Betrieb unter dem Namen „Spellerhof“ bekannt. Über viele Generationen blieb der Name Speller als Namenszusatz bestehen.



### Ernte und Technik

Das meiste Futter stellen die Landwirte selbst her, zugekauft werden lediglich Biertreber, Rapsschrot und die Pressschnitzel. „Wir bewirtschaften 120 ha; davon sind 14 ha Grünland, der Rest ist Acker. Wir haben hier Bodenpunkte zwischen 18 und 34“, erzählt Alexander Lambrecht-Speller. Die Bewirtschaftung erfolgt in Kooperation mit dem Nachbarbetrieb. „Bis auf die Ernte erledigen wir alle Arbeiten selbst. Wir haben die Möglichkeit, die nötige professionelle Technik anzumieten“, erklärt der Juniorchef. Für die Ernte kommt ein Lohnunternehmer, der schwerpunktmäßig Krone-Maschinen fährt. Der Feldhäcksler BiG X 630 bildet nach Aussage der Landwirte mit seiner Häckselqualität den Grundstein und ist ein großer Einflussfaktor für die Futterverwertung und somit den Erfolg des Betriebes.

„Aktuell nutzen wir eine Comprima V180 XC, allerdings hatten wir bereits eine VariPack Plus zur

Probe. Der Transport und das tägliche Handling der Ballen machen die extrem hohen Ballengewichte dieser Maschine für uns sehr interessant“, sagt Alexander Lambrecht-Speller. Die Strohernte ist für den Betrieb besonders wichtig, da pro Jahr etwa 2.000 Ballen benötigt werden, das bedeutet etwa fünf Ballen pro Tag. Mit einer angehängten Einstreumaschine wird der Liegebereich der Tiere täglich eingestreut.

### Mistverwertung

Einmal pro Woche werden die Buchten der Bullen gemistet. „Wir haben hier das sogenannte Tretnistsystem, das System hat seinen Ursprung im Süden Deutschlands. Die Liegeflächen der Ställe haben ein Gefälle von 5 %, die Tiere zertreten mit der Zeit den Mist und die Einstreu und bewegen es so in den Mistgang. Dort entnehmen wir es und fahren den Dung zu einer Biogasanlage“, erklärt Heiner Lambrecht-Speller. Er ist nämlich einer der Geschäftsführer einer Gemeinschaftsanlage. „Die Biogasanlage kann den Tretnist gut verwerten. Es ist auch genug Energie drin, da das Rind nicht alles aufgenommene Futter zu 100 % verdaut“, ergänzt er. Der Gärrest wird dann am Ende auf den eigenen Flächen wieder als Dünger ausgebracht – meistens mit angemieteten Maschinen. Wenn jedoch besondere Dienstleistungen, wie z. B. Gülleschlitten, erforderlich sind, greift die Familie Lambrecht-Speller auf das Lohnunternehmen vor Ort zurück.

### Zukünftige Investition

„Das Wichtigste in der Rinderhaltung sind meiner Meinung nach Licht, Luft und Wasser. Deshalb haben wir neben der offenen und luftigen Bauweise unser Wassersystem so konzipiert, dass nichts einfrieren kann“, sagt der Seniorchef. Aber selbstverständlich ist auch ausreichend Futter

Die Biogasanlage kann den Tretnist gut verwerten.

Heinrich Lambrecht-Speller



Für die Kälber wurde der ehemalige Schweinestall umgebaut.



Benedikt, Heinrich und Alexander Lambrecht-Speller (v.l.): Letztere leiten den Familienbetrieb zusammen, während Benedikt Lambrecht-Speller im Produktmarketing von Krone arbeitet.

Unsere Tiere haben 24/7 frisches Futter zur Verfügung.

Alexander Lambrecht-Speller

ausschlaggebend für einen guten Masterfolg. „Unsere Tiere haben 24/7 frisches Futter zur Verfügung. Dafür schieben wir es aktuell mehrfach täglich selbst wieder an den Futtertisch. Wenn nicht immer ausreichend Futter in bester Qualität zur Verfügung steht, schwankt der pH-Wert im Pansen. Dies führt zu einer Pansenazidose bzw. Übersäuerung und dies wiederum hat einen negativen Einfluss auf die Gesundheit und die Leistung“, erklärt Alexander Lambrecht-Speller. Aus diesem Grund investiert der Betrieb jetzt in einen Anschieberoboter von Wasserbauer, der das Futter zehn bis zwölf Mal täglich an den Futtertisch bringt.

„Wir hoffen, dass dieses Jahr nicht so trocken wird wie das letzte. Die Dürre hat die Grundfutterqualität negativ beeinflusst. Wir versuchen das Risiko einer schlechten Maisernte mit Ackergras zu mindern. Durch die hohe Viehdichte und den stetig steigenden Kartoffelanbau in der Region, ist das Flächenangebot knapp“, gibt Alexander Lambrecht-Speller zu bedenken. Dennoch schauen die Betriebsleiter positiv in die Zukunft: Als nächstes steht der Bau einer neuen Siloplatte an, um die Futterqualität noch weiter steigern zu können.

»

Mit der angehängten Einstreumaschine werden pro Tag etwa fünf Rundballen Stroh in die Ställe gestreut.





# Eine Erfolgsgeschichte

Erinnern Sie sich noch an den Tag, als das erste Krone XtraBlatt in Ihrem Briefkasten lag? Das ist nun schon zehn Jahre her! Ein guter Zeitpunkt, einmal beim Marketingleiter Markus Steinwendner nachzufragen, warum für Krone dieses Kundenmagazin eine so wichtige Rolle spielt.

2013

2023



## » Zur Person

**Markus Steinwendner** war mehrere Jahre als Konstrukteur Maschinenbau Kunststofftechnik tätig. In diesem Zeitraum absolvierte er ein nebenberufliches Studium im Fachbereich Marketing und Management. Seit Dezember 2011 unterstützte er das Krone-Team Österreich im Bereich Marketing und Verkaufsförderung. Am 1.3.2021 hat Markus Steinwendner die Leitung der Abteilung Marketing in der Maschinenfabrik Krone übernommen.

**XtraBlatt: Diese Ausgabe des XtraBlatts sieht anders aus als bisher – wie kommt's?**

**Markus Steinwendner:** Wie feiern den zehnjährigen Geburtstag des XtraBlatts und waren der Meinung, dass dies ein guter Anlass ist, das Design aufzufrischen. Wichtig war uns dabei allerdings, dass unsere Leser/innen das XtraBlatt wiedererkennen, sprich: Wir wollten kein revolutionär-neues Layout, sondern eine evolutionäre Weiterentwicklung, die zum heutigen Gesamtauftritt des Unternehmens Krone passt. Rein inhaltlich ist das Konzept unverändert: Eine vielfältige Mischung aus Reportagen, Interviews, Fachberichten und kurzen Meldungen.

**XtraBlatt: Wie ist die Idee entstanden, ein Magazin für die landwirtschaftlichen Kunden einzuführen?**

**Markus Steinwendner:** Die ursprüngliche Initiative zur Einführung dieses Konzepts geht auf die Familie Krone zurück. Es war Bernard Krones ausdrücklicher Wunsch, eine Zeitschrift zu etablieren, in der Geschichten rund um die Landwirtschaft und unsere Kunden erzählt werden. Ohne den Rückhalt der Familie Krone würde es dieses meinungsstarke Sprachrohr so nicht geben. Diese Form der Kundenkommunikation nutzt Krone bereits seit 2006 auch erfolgreich im Trailerbereich (Anmerk. der Red.: siehe Kastentext „Für die Blaue Welt“).

**XtraBlatt: Welche Zielgruppen werden mit dem XtraBlatt angesprochen?**

**Markus Steinwendner:** Wichtigste Zielgruppe sind natürlich unsere landwirtschaftlichen Kunden – sprich Landwirte und Lohnunternehmer, die einen Bezug zu Krone haben. Hinzu kommen unsere Vertriebs- und Servicepartner. Hier wollen wir die Geschäftsführer sowie die Verkäufer- und Werkstattteams erreichen. Unsere Fachhandelspartner werden auf Wunsch auch mit dem

Im XtraBlatt ist Platz für Content, der unsere Kunden fachlich weiterbringt und der den Horizont erweitern kann.

**Markus Steinwendner, Marketingleiter**

XtraBlatt versorgt, sodass sie es interessierten Kunden weitergeben können. Außerdem versenden wir das Magazin an Interessensvertreter aus Wirtschaft, Politik und Verbänden, denn dies ist Teil unserer intensiven Imagearbeit pro Landwirtschaft. Unsere Marktbegleiter sind nicht unsere Zielgruppe, interessieren sich aber auch für die Themen. So landet das eine oder andere Exemplar auch auf deren Schreibtisch.

**XtraBlatt: Welche Rolle spielt das XtraBlatt für Krone in der Kommunikation heute?**

**Markus Steinwendner:** Wir erscheinen zweimal jährlich in einer gedruckten Auflage von jeweils 48.000 Exemplaren im deutschsprachigen Raum, sprich Deutschland, Österreich und Schweiz. Wir bearbeiten aktuelle Themen, die unsere Kunden betreffen, journalistisch und durchaus auch kritisch. Das ist genau das, was unseren Leser/innen an unserem Kundenmagazin schätzen: Es hat einen fachlichen Anspruch und ist kein Werbeprospekt. Unsere Produkte stehen im XtraBlatt nicht im Fokus, sondern wir berichten über Trends und Entwicklungen der Branche, die unsere Zielgruppen mittel- und unmittelbar betreffen.







Auf der anderen Seite wollen wir Ideen einbringen, die uns umtreiben und von denen wir glauben, dass sie in Zukunft wichtig für die Landwirtschaft werden. Wir können nicht für alles eine Lösung anbieten, aber wir wollen Impulse setzen, von denen wir glauben, dass es sich für unsere Zielgruppen lohnen kann, sich näher damit zu beschäftigen. Hinzu kommen spannende Themen aus unserer Unternehmensentwicklung. Kurzum: Das gedruckte XtraBlatt ist eine sehr wichtige Säule der Kommunikation mit unseren Kunden.

Die digitalen Inhalte, die wir in der Kommunikation mit unseren Kunden nutzen, sind andere: Sie sind kurzlebiger, eher unterhaltend und produktbezogener. Die Bandbreite dessen reicht von „hoher Relevanz“ bis „gutem Firlefanz“ – Hauptsache, es erreicht unsere Zielgruppen und bleibt in den Köpfen hängen! Firlefanz funktioniert heute sehr gut digital. Das kann ein lustiger Videoclip sein oder aber auch ein knackiger über unsere Social-Media-Kanäle. Relevanz sehe ich hingegen eindeutig in den Themen, die wir in unserem XtraBlatt behandeln. Hier ist Platz für Inhalte, die unsere Kunden fachlich weiterbringen und die den Horizont mit dem sprichwörtlichen Blick über den Tellerrand erweitern können. Der Marketing-Mix ist hier breit und vielfältig, wo wir ständig versuchen, auf dem richtigen Kanal zu unserer Zielgruppe den richtigen Inhalt zur richtigen Zeit mit den nötigen Emotionen zu kommunizieren.

**XtraBlatt: Das XtraBlatt ist ein klassisches Printmedium. Gibt es Überlegungen, zukünftig mehr Inhalte in den digitalen Bereich zu übertragen?**

**Markus Steinwendner:** Unsere Zielgruppen erreichen wir nach wie vor sehr gut über die gedruckte und hochwertige Zeitschrift. Beim XtraBlatt heißt es daher noch immer „Print first“. Diese kann man in die Hand nehmen – und dieses haptische Gefühl ist vielen immer noch sehr wichtig! Das gilt übrigens nicht nur für „Ü50“-Leser, sondern in allen Altersgruppen unserer Kunden. Nichtsdestotrotz bieten wir das XtraBlatt auch erfolgreich über unser Online-Archiv digital

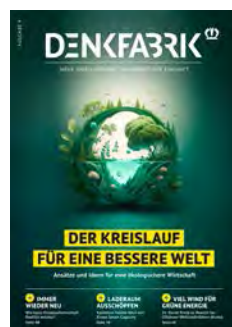
an, das über die Krone-Website erreichbar ist. Pro Ausgabe wurde das XtraBlatt ca. 9.000 Mal auf Deutsch und 7.000 Mal auf Englisch heruntergeladen. Im Archiv sind sämtliche Ausgaben von der ersten bis zur aktuellen hinterlegt und kostenlos für jeden verfügbar. Insgesamt sind es – mit dieser Ausgabe 1-2023 – 20 Ausgaben mit über 1.000 Seiten – da kann man eine gute Weile drin herumstöbern! Darüber hinaus bieten wir internationalen Lesern über unser Archiv das XtraBlatt auch in einer englischen Version an. Bezüglich der digitalen Kommunikation werden wir ausgewählte Inhalte unseres XtraBlatts ab dieser Ausgabe auch in unsere Social-Media-Kommunikation integrieren, vorzugsweise um auf die jeweils nächste Ausgabe neugierig zu machen. Insofern wird das Kundenmagazin schon crossmedialer.

**XtraBlatt: Wird es das XtraBlatt künftig auch in weiteren Sprachen geben?**

**Markus Steinwendner:** Das will ich nicht vollständig ausschließen, aber derzeit ist es nicht vorgesehen. Wir sind global aktiv, deshalb ist die englische Übersetzung absolut berechtigt. Ein zentraler Bestandteil unserer Marketing-Strategie ist jedoch, die zu kommunizierenden Inhalte länderspezifisch auszurichten und die Entscheidung über die bevorzugten Kommunikations-„Werkzeuge“ unseren jeweiligen Importeuren bzw. unseren Vertriebsgesellschaften zu überlassen. Es macht aus meiner Sicht keinen Sinn, Kunden in Brasilien, Frankreich oder Ungarn z. B. Reportagen über Landwirte aus Deutschland, Österreich und der Schweiz in portugiesischer, französischer oder ungarischer Sprache anzubieten – Kunden in jenen Ländern möchten dann auch Themen und Reportagen aus ihrem Umfeld sehen. Deshalb ist die reine Übersetzung des XtraBlatts in viele Sprachen nicht zielführend. International haben wir neben dem Krone XtraBlatt noch weitere Kundenmagazine, die direkt von den Tochtergesellschaften publiziert werden. Darum fokussieren wir uns mit dem XtraBlatt inhaltlich auf den deutschsprachigen Raum. »

## » Für die Blaue Welt

Bereits im Jahr 2006 erschien die Erstausgabe des Kundenmagazins für die Nutzfahrzeugsparte unter dem Namen „Krone trailerforum“. Ein Relaunch fand im Jahr 2020 statt. Seitdem gibt es das Magazin DENKFABRIK, das zweimal jährlich in deutscher und englischer Sprache in einer gedruckten Auflage von ca. 12.000 Exemplaren erscheint. Das Magazin richtet sich vor allem an die Transport- und Logistikbranche und das entsprechende Fachpublikum, erfreut sich aber durch die Integration von branchenfremden Themen auch außerhalb der Branche wachsender Beliebtheit.



BiG M

## Neigungsabhängiger Seitenverschub

Der selbstfahrende Hochleistungs-Mähaufbereiter von Krone ist ab sofort auch mit neigungsabhängigem Seitenverschub des Frontmähers erhältlich. Damit ist gewährleistet, dass sich der Überschneid des Frontmähers auch beim Mähen in Hanglagen und bei Kurvenfahrten automatisch anpasst. Das Ergebnis ist ein streifenfreies Mähbild.

Der hydraulische Seitenverschub des Frontmähwerks nutzt zusätzlich zum Lenkwinkelsensor an der Hinterachse auch einen Neigungssensor am Haupttrahmen. Dieser Sensor liefert Live-Daten zu den aktuellen Einsatzbedingungen. Dabei wird

neben dem Lenkeinschlag auch die Neigung und die damit verbundene Abdrift der Maschine berechnet und das Frontmähwerk automatisch verschoben, ohne dass der Fahrer der Maschine eingreifen muss. Ebenso steuert der Neigungssensor die Zugkraftverteilung auf allen vier Rädern; das verbessert die Traktion deutlich und schützt die Grasnarbe. Dank des neuen Features wird der Fahrer weiter entlastet; er kann sich voll auf die Beobachtung des Arbeitsumfeldes konzentrieren. Darüber hinaus erhöht der vollautomatische, neigungsabhängige Seitenverschub auch die Wirtschaftlichkeit der Maschine, da Flächen speziell in hängigem Gelände nun deutlich schneller gemäht

EasyCut F 400 Fold / EasyCut F 400 CR

## Zwei neue Frontmähwerke

Auf Basis des 2019 eingeführten EasyCut F 400 CV Fold mit seinem patentierten Klappholm bietet Krone jetzt zwei weitere Modelle des Vier-Meter-Frontmähwerkes an: das EasyCut F 400 Fold ohne Aufbereiter mit Schwadschnecke sowie das EasyCut F 400 CR (Foto) mit starrem Mähholm und integriertem Walzenaufbereiter (CR = Conditioner Roller). Beide Frontmähwerke sind auf maximale Schlagkraft mit höchstmöglichem Überschneid beim Einsatz von Butterfly-Kombinationen ausgelegt. Das EasyCut F 400 Fold eignet sich auch bestens für die tägliche Frischgrasfütterung. Mit dem EasyCut F 400 CR erweitert Krone das Portfolio speziell für Exportmärkte mit Luzerne.

Als Bestandteil von Butterfly-Kombinationen sorgen beide Modelle für eine maximale Ausschöpfung der möglichen Arbeitsbreite. Beispielsweise lässt sich in Kombination mit dem EasyCut B 1000 bei einem Überschneid von bis zu 57 cm pro Seite eine Arbeitsbreite von gut 10 m realisieren. Die Folge: streifenfreies Mähen unter allen Bedingungen. Die serienmäßige

bequem von der Schlepperkabine aus einstellbare hydraulische Mähholmentlastung gewährleistet dabei eine sehr gute Boden-anpassung und eine bestmögliche Futterqualität. Für einen erstklassigen Schnitt sorgt zudem der mit SafeCut und SmartCut ausgestattete und langjährig bewährte EasyCut-Mähholm. »





HASI STRAHM, MÜNCHENBUCHSEE (CH)

# Biofleisch mit Musik

Breite Hörner mit schwarzer Spitze, dunkle Augen, dunkles Maul – der Schweizer Bio-Landwirt Hasi Strahm liebt seine Aubrac-Rinder. Er vermarktet das Fleisch selbst, unter der Marke „stressfrei“. Ein Hofbesuch.

Bis zu 65 Aubrac-Rinder, davon  
25 Mutterkühe, gehören zur  
Herde des Schweizer Bio-Land-  
wirts Hasi Strahm.



**Hasi Strahm lebt und arbeitet nach dem Motto:  
Natur pur, aber mit moderner Technik.**

**W**ir betreten den großzügigen Stall des Hasihofes im Schweizer Kanton Bern. Gut 60 Aubrac-Rinder tummeln sich auf dem Stroh im ausgedehnten Laufbereich, der nach Süden geöffnet ist. Richtung Norden gibt es ein Heu- und ein Strohlager von je 800 m<sup>3</sup>, Garagen für die Landtechnik und einen aufgestockten Aufenthaltsraum mit Küche. Darunter befinden sich der betriebseigene Fleischverarbeitungsraum sowie ein Kühlraum. In ca. 10 m Stallhöhe verlaufen die Kontaktpuren einer Heukrananlage. Mit dem Kran hat Hasi Strahm gerade frisches Heu auf dem Futtertisch verteilt.

Der 63-Jährige erzählt: „Meinen Traum von diesem tiergerechten Stall habe ich mir vor acht Jahren erfüllt. Das Gebäude sollte arbeitstechnisch möglichst einfach gestaltet sein. Denn ich betreibe den Hof zurzeit alleine.“ Angefangen habe er mit den Aubrac-Rindern im Jahr 2006 – mit sieben Mutterkühen und einem Stier. „Aktuell gehören 25 Muttertiere zu meiner Herde“, fügt er an.

Der ausgebildete Landwirt übernahm vor 33 Jahren den landwirtschaftlichen Betrieb seiner Eltern. Zu der Zeit lag dieser noch mitten in Münchenbuchsee, einer Ortschaft mit gut 10.000 Einwohnern.



**Der Hasi-Hof liegt im  
Schweizer Kanton  
Bern auf einer Höhe  
von 560 m über NN –  
mit Blick auf die Alpen  
und das Jura-Gebirge.**

Der damals 29-jährige Hasi Strahm stellte den konventionellen Milchviehbetrieb direkt auf biologisches Wirtschaften um – nach Bio Suisse-Standard. „2006 habe ich dann die Milchwirtschaft mit schwarzbunten Holsteinkühen aufgegeben“, sagt er. „Ich wollte gerne auf Mutterkuhhaltung umsteigen, mit einer robusten Rasse, widerstandsfähig und langlebig. Mein Wunsch war und ist es, Bio-Fleisch zu produzieren – unter dem Motto: Natur pur, aber mit moderner Technik.“

## Gesundes Vieh

Auf der Suche nach einer passenden Rasse be-  
sichtigte er damals einen Viehbetrieb in Nord-  
deutschland. Die dort gezüchteten Aubracs  
begeisterten ihn – mittelrahmig, gut bemuskelt,  
mit gelb- bis dunkelrot-braunem Fell. „Und das  
ist bis heute so“, resümiert er mit leuchtenden  
Augen und geht stolz auf ein Tier zu, das sich am  
Futtertisch das Heu schmecken lässt. Mit einer  
liebvollen Handbewegung streichelt er dessen  
Stirn und fährt fort: „Ich züchte inzwischen selbst,  
bin aber in Sachen Herdbuch nur ein Minimalist.  
Ich wiege die Tiere beispielsweise nicht.“ Alle vier  
Jahre wechselt er den Stier. „Außerdem achte ich  
darauf, nur charakterfeste, gesunde Tiere zu ver-  
mehren“, schildert er seine Strategie. Abgesehen  
vom Stier nimmt er keine fremden Tiere dazu. „So  
vermeide ich das Einschleppen von Parasiten und  
Krankheiten.“ Der Tierhalter freut sich: „Meine  
Tiere sind zu 99 % gesund.“

Aufgrund von Baulandausweisungen verkaufte  
er im Jahr 2012 seine ehemaligen Hofflächen  
innerorts und siedelte den Betrieb – inklusive not-  
wendiger Flächenkäufe und Stallbau – knapp 2 km  
weiter in die Feldmark um. „Dieses Projekt kostet  
letztlich insgesamt rund 9 Mio. Franken, aber ich  
bin nun mal ein Idealist“, gibt Hasi Strahm zu.  
„Außerdem werden zwei meiner Kinder den Hof  
in den nächsten Jahren übernehmen. Das Projekt  
hat also, wenn alles gut geht, eine wunderbare  
Zukunft.“

Meinen  
Traum von  
diesem tier-  
gerechten  
Stall habe  
ich mir vor  
acht Jahren  
erfüllt.

**Hasi Strahm**





Mit dem Heukran wird der Futtertisch regelmäßig bestückt. Die Tiere bekommen ausschließlich Heu und Emd zu fressen.

## » Randnotiz

Um Wurzelunkräuter auf Acker- und Dauerpflanzen zu bekämpfen, arbeitet er regelmäßig mit einer Gruppe Jugendlicher zusammen. „Die Schüler erledigen hier auf dem Hof verschiedene Arbeiten und verdienen sich so ein gutes Taschengeld“, berichtet er. „Mit einem Unkrautstecher, wir nennen ihn Blackeneisen, sind sie im Frühjahr unterwegs und holen Blacken heraus, wie wir Schweizer den Ampfer nennen.“



## Bio muss sein

Neben seinen Tieren liegt Hasi Strahm das „Bio“ vor der Landwirtschaft ganz besonders am Herzen. „Und biologisch zu wirtschaften, macht nur mit Tieren Sinn“, betont er. „Damit ich etwas ernten kann, brauche ich Mist und Jauche zum Düngen. Ich will nicht immer nur etwas aus der Erde entnehmen. Ich muss ihr auch etwas geben.“ Er erntet beispielsweise im Durchschnitt zwischen 80 und 120 kg Maiskörner pro Ar (ca. 80 dt/ha), nach einer Frühjahrs-Mistgabe von derzeit 40 m³. „Nicht Höchstserträge, sondern Kreisläufe sind mir wichtig.“ Und er begründet seine Wirtschaftsweise, die für ihn Lebensphilosophie und -elixier zugleich ist: „Ich möchte so gut wie möglich mit der Natur leben und nicht gegen sie. Und ich genieße es, mit meinem Betrieb rundum unabhängig zu sein – bis auf ausgewählte Futtermittel, wie etwas Getreideschrot zum Anlocken für das Markieren geborener Kälber auf der Weide oder Lecksteine für die Kühe“, erklärt er.

„Mein Betrieb ist sehr futterbaulastig und pfluglos“, unterstreicht Hasi Strahm weiter. „38 ha bewirtschafte ich ackerbaulich, 24 ha davon im Futterbau.“ 3,5 ha hält er für Biodiversitätsmaßnahmen bzw. als Ökoflächen vor. Der Rest ist Dauergrünland in Stallnähe. „Meine vierjährige Fruchtfolge ist bewusst nicht intensiv: Im ersten Jahr mit Kunstwiese, wie der Schweizer sagt, also Ackerfutteranbau, dann kommt Weizen, Zwischenfutterbau, Mais und wieder Kunstwiese.“

Und auch hier hat er die Kreislaufwirtschaft im Fokus: „Diese Fruchtfolge wirkt humusvermehr-

rend“, weiß Hasi Strahm. „Ich produziere aus dem letzten Schnitt, wenn ich ihn denn ausführe, keine Siloballen mehr.“ Seit ein paar Jahren überlasse er den dritten Schnitt den Bodenlebewesen. „Die Regenwürmer und Co liefern mir dadurch wieder Humus“, hält er fest. Im Herbst verteilt er auf der „Kunstwiese“ einmalig eine Fuhre Mist mit einem Miststreuer. „Um das Saatbett für den Mais zu bereiten, egge ich anschließend mehrmals mit der Federzahnegge“, erklärt er weiter, „zum Schutz des Bodens habe ich die Traktoren mit Zwillingsreifen ausgestattet.“

Vier bis fünf Tage nach der Maisaussaat fährt er, wenn die Witterung das erlaubt, zum Blindstriegeln mit dem Hackstriegel durch das Saatbett. „So habe ich das Unkraut zu 80 % bekämpft“, weiß der Besitzer des Hasihofes aus jahrelanger Erfahrung. Und direkt nach der Aussaat installiert er sein Krähenabwehrgerät. „Die Krähen sind eine Gefahr bis zum Vierblattstadium.“

## Krone-Technik bevorzugt

Seine Rinder dürfen 24 h am Tag fressen – und ebenso lange läuft im Stall Musik – von Klassik bis Futlager, maximal 68 dB. „Das bringt den Tieren Lebensqualität“, ist sich Hasi Strahm sicher. Um Biofleisch zu produzieren, bräuchten die Aubracs bis zur Schlachtreife nun einmal etwas länger. Er nennt den Zeithorizont: „Meine Ochsen sind nach etwa 24 Monaten so weit – mit dem passenden Fettanteil bei optimaler Bemuskelung. Dafür bekommen sie im Stall Heu und Emd, also den zweiten Schnitt. Im Sommer überwiegt die Weidefütterung.“ Der erste Schnitt wird vorwiegend in



der Heubelüftung gelagert. Der Zweite trocknet in der Sonne und wird zu Quader- oder Rundballen verarbeitet.

Hasi Strahm ist es sehr wichtig, sich technisch optimal auszurüsten. Schon lange schwört er z. B. auf das Heuerntemaschinen-Programm der Firma Krone und resümiert: „Mich überzeugen die Qualität und die Langlebigkeit. Im Jahr 2021 habe ich mir eine EasyCut B 870 CV zugelegt, ein optimales Gerät für meine Grünlandbewirtschaftung“, unterstreicht er.

## Stressfreies Fleisch

Wie schlachtet er die Tiere denn stressfrei? „Ich selbst schieße die Rinder im Stall“, erzählt der erfahrene Infanterist. Drei bis vier Monate vor der Schlachtreife stellt er die Beweidung bereits darauf ein. „In diesen Monaten lasse ich die Tiere schon hier im Stall – sie sollen nichts merken“, verrät er sein Vorgehen. Vor dem entscheidenden Schuss lenkt er sie mit Heugaben ab und versteckt sich mit seiner Kippbüchse hinter einem fahrbaren Schießpult in einem Abstand von etwa 10 m.

Das Gewehr ist mit einem Zielfernrohr ausgestattet – und einem Schalldämpfer: „Der muss auch sein“, gibt Hasi Strahm zu. So hören die anderen Tiere den Schuss zwar gedämpft, können ihn aber nicht zuordnen und erschrecken deshalb nicht. „Das ist natürlich etwas ganz anderes, als wenn man die Tiere im Schlachthof tötet mit Unmengen an Stresshormonen. Die wirken sich auf das Aroma des Fleisches aus“, weiß der Experte aus Erfahrung.

## Biologisch zu wirtschaften, macht nur mit Tieren Sinn.

Hasi Strahm

Zur Tötung muss in der Schweiz für die Fleischschau laut Gesetz ein Veterinär dabei sein. Außerdem steht ein Metzger für den Brustschnitt parat. 30 sek nach dem Schuss hängt das Tier schon zum Ausbluten am Kran und wird danach mithilfe eines Schlittens in den Transportanhänger gezogen. „Der Metzger und ich fahren in den 12 km entfernten Schlachthof“, beschreibt Hasi Strahm. Und schließlich fährt er mit dem geviertelten Tier wieder heim und beint es selbst aus. „Ich vakuumiere Edelstücke wie Filets, Rücken, Entrecôte. Aber das Meiste verarbeite ich zu Hackfleisch“, zählt er auf. In einem Verkaufsautomaten bietet er eingefrorenes Fleisch an – als Hamburger oder Bratwurst im Dreierpack. Pro Monat verarbeitet er im Durchschnitt ein Tier, also „netto“ etwa 200 kg Fleisch. „Das ist für mich als Einmannbetrieb genau die richtige Menge“, stellt er fest. Zudem bezieht die Gastronomie einer Klinik im Umkreis alle fünf bis sechs Wochen ein weiteres geschlachtetes Tier.

Natürlich gehören auch Solarflächen auf den modernen Stall von Hasi Strahm. Sie haben eine Kapazität von knapp 500.000 kW auf beiden Dachflächen des Gebäudes. „1/10 nutze ich für den Eigenbedarf, den Rest speise ich ins Netz – mit einem Fixpreis für 25 Jahre“, sagt er. So wird der Hof in absehbarer Zeit an die nächste Generation übergeben. Wann genau, gibt der Landwirt noch nicht preis.



Für die Heuernte bevorzugt Hasi Strahm Geräte von Krone.



Der Landwirt vermarktet das Fleisch der Aubrac-Rinder, aber auch Schweinefleisch aus eigener Produktion über seinen Automaten sowie direkt an einzelne Abnehmer wie eine Klinik.









# Landtechnik en miniature



Nicht nur für die Vitrine: Einige Sammler präsentieren ihre Modelle in Dioramen.

Wie die Großen, so die Kleinen: Auch die Modelle der Krone-Technik sind Kassenschlager. Doch warum es von der ersten Idee bis zum Verkaufserfolg im Shop ein weiter Weg ist, hat XtraBlatt vom Projektteam Luise Spinneker und Klaus Schütte erfahren.

**W**enn es um Landtechnik geht, zählen nicht nur nüchterne Fakten wie Leistung, Verbrauch oder der Preis. Landtechnik hat sehr viel mit Emotionen zu tun! Markenverbundenheit ist nirgendwo ausgeprägter als in der Landtechnik. Um diese Verbundenheit zu stärken, hat Krone über die Jahre ein umfassendes Angebot an Merchandise-Artikeln aufgebaut. Dazu gehören eine große Anzahl von Textilien, Klassiker wie Spiele, jede Menge Streuartikel – und natürlich Modelle. „Letztere machen den Löwenanteil der Artikel aus, die im Krone-Shop gekauft werden“, sagt Klaus Schütte. Er ist gemeinsam mit seiner Kollegin Luise Spinneker für das Merchandising-Geschäft von Krone verantwortlich. Die beiden sind aber nicht nur für den Vertrieb der Produkte zuständig. Sie betreuen ebenfalls die gesamte Prozesskette von der Entstehung bis hin zur Auslieferung der Modelle, die im Krone-Shop, aber auch über zahlreiche weitere Vertriebskanäle wie etwa bei spezialisierten Modellhändlern oder dem Landmaschinen Fachhandel angeboten werden.

## Markenbotschafter

Die einen wollen nur spielen, die anderen können sich gar nicht satt sehen am Detailreichtum eines gut gemachten Sammlermodells einer landwirtschaftlichen Maschine. Diese Modelle dominieren auch das Merchandise-Geschäft der Krone-Gruppe. „Grundsätzlich wird zwischen Spielzeug- und Sammlermodellen unterschieden“, erläutert Klaus Schütte. Die Spielzeugmodelle werden meist in den Maßstäben 1:32 oder 1:16 angeboten und von renommierten Spielzeugherstellern, wie zum Beispiel Bruder oder Siku, in unternehmerischer Eigenverantwortung produziert.

„Das beinhaltet auch die Entscheidung darüber, was an Modellen auf den Markt kommt. Wir können hier lediglich die Hersteller der Spielzeugmodelle in Hinsicht auf deren Auswahl unterstützen“, betont Luise Spinneker.

Dafür reisen die beiden z. B. zu den wichtigen Spielwarenmesse. Zuletzt führte diese Unterstützung beim Hersteller Bruder aus Fürth zum Erfolg. Das Unternehmen produziert ein Spielzeugmodell der Großpackenpresse Krone BiG Pack 1290 HDP VC im Maßstab 1:16. Auf dieses Modell sind Luise Spinneker und Klaus Schütte besonders stolz. Mit aufklappbaren Seitenklappen und einer detaillierten Mechanik wird es in großer Stückzahl in den Kinderzimmern weltweit vertreten sein.

Wenn die Kids dann auch noch auf einem Bauernhof oder in einem Lohnunternehmen aufwachsen, ist ein solches Modell nicht nur Spaßfaktor für die Jugend, sondern es kann durchaus ein prägender Markenbotschafter sein. Die jetzt auf den Markt gekommene Großpackenpresse ist bereits das sechste Modell, das Bruder von Krone ins Programm aufgenommen hat. Auch ein Schwader und Kreiselzettwender sowie bereits eine ältere Generation Großpackenpressen bzw. Ladewagen waren bereits im Spielformat verfügbar.

## Wachsender Markt

Auch wenn die Spielzeugmodelle in den Kinderzimmern dominieren, sind die Sammlermodelle aus betriebswirtschaftlicher Perspektive das wichtigere Segment. „Der Markt für Sammlermodelle ist seit Anfang der 2000er-Jahre regelrecht explodiert“, erläutert Klaus Schütte. Eine Entwicklung, an der alle Landtechnikhersteller partizipieren. Aber das Geschäft mit den Sammlermodellen birgt auch unternehmerische Risiken. Dazu Luise Spinneker: „Bei den Sammlermodellen gehen wir in die finanzielle Verantwortung. Wir entscheiden, was als Modell auf den Markt kommt, wir geben die Produktion in Auftrag und wir müssen eine Mindestbestellmenge beim Modellhersteller platzieren.“ Floppt ein Modell, bleibt der Return of Invest aus. „Das wollen wir angesichts einer Gesamtinvestition im sechsstelligen Bereich für ein einziges Sammlermodell unbedingt vermeiden“, so Klaus Schütte weiter.



Auch die Firma Bruder fertigt Modelle auf Basis von Krone-Maschinen: Hier eine BiG Pack im Maßstab 1:16 fürs Kinderzimmer.

Grundsätzlich wird zwischen Spielzeug- und Sammlermodellen unterschieden.

Klaus Schütte





**Maschinenhalle für die Schätze: Die Krone-Technik im „Winterlager“.**

## Bei den Sammlermodellen gehen wir in die finanzielle Verantwortung.

**Luise Spinneker**

Entsprechend sorgfältig werden potenzielle Modelle ausgewählt. Bestseller im Modellprogramm sind die 1:32-Pendants des BiG X 1180 mit Maisvorsatz und Pick-up sowie der Krone BiG M 450. Bei Sammlern in aller Welt hochgeschätzt ist aber ebenso das 1:32-Modell der Krone BiG Pack HDP VC, die – wie die beiden vorgenannten Modelle – vom italienischen Modellhersteller R.O.S. gefertigt werden. Wie gefragt diese Modelle bei Sammlern sind, zeigt der Umstand, dass sie über den Krone Online-Shop, aber auch über spezialisierte Modellhändler aktuell nicht mehr lieferbar sind.

Doch wer entscheidet eigentlich, was als Modell eines Krone-Produktes gefertigt wird? Der erste Schritt ist der Wunsch, die Einführung einer neuen Original-Maschine im Krone-Produktprogramm mit einem Sammlermodell zu begleiten. Dafür setzen sich die Mitarbeitenden aus den Bereichen Konstruktion & Entwicklung, Produktmanagement und Produktmarketing an einen Tisch. In dieser Runde wird zunächst diskutiert, ob ein Modell überhaupt realisierbar ist. „Und wir

sondieren in dieser frühen Phase bereits, wie sich die Verkaufschancen auf dem Markt darstellen“, betont Klaus Schütte. Grundsätzlich ist es so, dass Modelle von selbstfahrenden Erntemaschinen und Traktoren einen höheren Verkaufsanteil haben. Bei gezogener Landtechnik ist es deutlich schwieriger, die Präferenzen der Sammler zu treffen und profitable Absatzzahlen zu erzielen.

### Vertrauen als Grundlage

Fällt die Betrachtung über Machbarkeit und Marktpotenzial positiv aus, wird Kontakt zu den Herstellern aufgenommen. Ist ein Produzent gefunden und konnte man sich auf einen Preis einigen, kommt es zum Vertragsabschluss. Aber bis es in den Vitrinen der Sammler steht, ist es noch ein langer Weg.

Zunächst muss der Modell-Hersteller eine Geheimhaltungsvereinbarung unterzeichnen. „Um ein realistisches Modell zu fertigen, benötigt der Hersteller die notwendigen Konstruktionsdaten (computer aided design, kurz CAD), die selbstverständlich streng vertraulich behandelt werden müssen, schließlich handelt es sich häufig um Modelle von Produkten, die noch vor ihrer Markteinführung stehen“, erklärt Luise Spinneker. Ist auch das Abkommen unterzeichnet und die CAD-Daten übermittelt, gibt es einen Präsenztermin mit dem Produzenten, bei dem auch Fotos von der Maschine gemacht werden. Darauf basierend wird eine 3D-Zeichnung erstellt. Die wiederum ist Grundlage für ein erstes maßstabgetreues Modell

aus Kunstharz. „Wird das von uns freigegeben, kann der Modellhersteller mit der Herstellung der Produktionsformen beginnen“, sagt Klaus Schütte.

Mit diesen Formen wird ein sogenanntes „First-Shot-Modell“ hergestellt. „Auch das bekommen wir zur Freigabe auf den Tisch“, berichtet Luise Spinneker. In aller Regel kommt es anschließend noch zu einigen Änderungswünschen. Sind diese umgesetzt, folgt ein Verpackungsvorschlag des Herstellers. Die Gestaltung der Verpackung wird dann Krone-intern von der Marketingabteilung unter Vorgabe von Luise Spinneker und Klaus Schütte übernommen. Anschließend muss „nur“ noch produziert und geliefert werden.

Genau das stellt sich seit Beginn der Corona-Krise als größte Herausforderung dar. „Der Formenbau für die Sammlermodelle findet zwar bei vielen Modellherstellern noch in Europa statt, die Produktionsstandorte befinden sich allerdings meistens in Fernost. Die Folgen der restriktiven Lockdown-Politik einiger Länder wirken bis heute nach und machen Liefertermine letztlich unberechenbar. „Musste man vor Beginn der Pandemie für den gesamten Herstellungsprozess von der Projektierung bis zur Lieferung zwölf Monate einplanen, sind es heute mindestens 18 Monate“, bedauert Klaus Schütte. Aktuell warten er und seine Kollegin auf den Produktionsstart eines Modells, das auf der Agritechnica im November im Krone-Shop sowohl auf der Messe selbst als auch im Online-Shop verfügbar sein soll.

### Kunstharz-Spezialitäten

Trotz aller Unwägbarkeiten im Sammlermodell-Markt schaffen es durchaus nicht nur die Flaggschiffe aus dem Krone-Maschinenprogramm als Miniatur in die Sammlervitrinen. „Wenn ein Modell in kleiner Auflage auf dem Markt gebracht werden soll, lassen wir sogenannte Resine-Modelle fertigen. Sie bestehen – anders als die Die-Cast-Modelle – nicht aus Metall, sondern aus reinem Kunstharz“, erklärt Klaus Schütte. Das Material sei zwar grundsätzlich anfälliger als Die-Cast-Modelle, erlaube aber auch die Produktion kleinerer Stückzahlen. So ist aktuell im Krone-Shop ein sehr detailliertes Sammlermodell des Mähwerks EasyCut F 320 Highland im Maßstab 1:32 verfügbar. Aufgrund der limitierten Auflage ist es für Sammler ein echtes Highlight.

Weitere Sammlermodelle sind bereits in der Pipeline. Was jedoch genau in Arbeit ist, dazu wollen sich Klaus Schütte und Luise Spinneker noch nicht äußern. Aber, da sind sich die beiden sicher, die neuen Modelle werden die Sammler von Agrartechnikmodellen wieder mit Sicherheit begeistern.



**1 Bestseller unter den Sammlermodellen ist der BiG X, hier in der Ausführung mit Raupenlaufwerken.**

**2 Beliebte bei Sammlern in aller Welt: Das detailgetreue Modell der Krone BiG Pack HDP VC im Maßstab 1:32.**



**Das Krone-Team hinter den Modellen: Luise Spinneker und Klaus Schütte.**

### » Kaufen



Über diesen QR-Code bzw. über [kurzelinks.de/Krone-Modelle](https://kurzelinks.de/Krone-Modelle) gelangen Sie zum Modellbereich im Krone-Shop.





Entscheidend ist im Service nicht allein was, sondern vor allem wie es mit Leben erfüllt wird.

Holger Wüstenberg, Firmeninhaber

WÜSTENBERG LANDTECHNIK

# Service ohne Wenn und Aber

Krone und Wüstenberg – das sind zwei Partner eines starken Gespanns. Beide vereint nicht nur ein halbes Jahrhundert erfolgreicher Zusammenarbeit, sondern auch das gleiche Serviceverständnis – „ohne Wenn und Aber“.

**Z**u den buchstäblich befreienden Erfahrungen „nach Corona“ gehört die Möglichkeit, wieder uneingeschränkt an Veranstaltungen mit hohen Besucherzahlen teilnehmen zu können. So verwundert es nicht, dass auch Landmaschinenausstellungen einen Zulauf haben wie selten zuvor – wie zum Beispiel im März die Hausmesse „Börle“ der Wüstenberg Landtechnik an deren Firmenstammsitz im schleswig-holsteinischen Börm. „Insgesamt hatten wir an den beiden Tagen zusammen etwa über 10.000 Besucher hier zu Gast – es war einfach gewaltig!“, freut sich Firmenchef Holger Wüstenberg. Und Hans-Rudolf Lübcker, der als Geschäftsführer die Geschicke am Wüstenberg-Stammsitz Börm leitet, ergänzt: „Man merkte in beeindruckender Weise, wie sehr sich die Menschen darüber freuen, sich nach vier Jahren Unterbrechung endlich wieder auch in so einem Rahmen treffen zu können. Kein Wunder also, dass die Stimmung trotz der für die Landwirtschaft momentan fordernden Rahmenbedingungen durchweg positiv war. Diesen Schwung nehmen wir mit in die Saison!“

## Partner auf Augenhöhe

Schwung verliehen dabei sicher auch die seit 2022 sehr erfreulichen Milchpreise – ein in Schleswig-Holstein zumindest auf den schweren Böden des nördlichen Landesteils sehr relevanter Wirtschaftszweig der Landwirtschaft. Börm selbst liegt noch auf der Geest, also dem eher sandigen Mittelrücken des Landes. Insofern ist die Kundenschaft dort „gemischt“ geprägt von Viehhaltung und Ackerbau. Die Wüstenberg-Gruppe mit ihren rund 280 Mitarbeitenden agiert jedoch insgesamt von acht Standorten aus, davon drei in Mecklenburg-Vorpommern und einer in Brandenburg. „Die Produkte unserer Hauptmarken – darunter



**Sehen guten Service immer als Erfolg des gesamten Teams: Holger Wüstenberg (r., Firmeninhaber), Hans-Rudolf Lübcker (l., Geschäftsführer in Börm) und Udo Fedders (Werkstatteleiter in Börm).**

auch Krone – und natürlich den Service dafür bieten wir in allen Niederlassungen an. Aber speziell in Sachen Grünfütterernte und dem Verantwortungsbereich für Krone liegt ein besonderes Augenmerk in Schleswig-Holstein, und dort für uns vor allem nördlich des Nord-Ostsee-Kanals“, erläutert Holger Wüstenberg.

Die seit über 50 Jahren währende Zusammenarbeit mit dem Speller Futter- und Strohernte-Spezialisten bezeichnet der Unternehmer als ausgezeichnet – und eine wesentliche Ursache für den nach seiner Einschätzung guten Markterfolg. So werden z. B. allein vom Standort Börm aus mehr als 70 BiG X und BiG M im Service betreut. Auch im Geräteprogramm von Mähern bis Pressen seien die Marktanteile bestens, freut er sich. „Gerade die Partnerschaft auf Augenhöhe, der Spirit der Familienunternehmen und die unkomplizierte Zusammenarbeit mit Krone ohne ausufernde Hierarchien sind dabei wesentliche Erfolgsfaktoren“, hebt Holger Wüstenberg hervor. Und Hans-Rudolf Lübcker ergänzt: „Digitalisierung hin oder her: Sie ist entscheidend, aber Geschäfte werden heute



Die Wüstenberg-eigene Hausmesse „Börla“ zog nach vier Jahren Corona-bedingter Pause über 10.000 Besucher an.

Exzellente Ersatzteil-verfügbarkeit ist für Holger Wüstenberg ein zentraler Bestandteil des Servicekonzepts.



Digitalisierung hin oder her: Geschäfte werden heute immer noch zwischen Menschen gemacht – und das ist sehr gut so!

Hans-Rudolf Lübcker, Geschäftsführer des Wüstenberg-Standorts Börm

immer noch zwischen Menschen gemacht – und das ist sehr gut so! Dass wir im Zuge der Verkaufsanbahnung bei größeren Maschinen und Projekten mit Kunden ins Werk fahren können, ist immer ein Pluspunkt. Und wenn z. B. unsere Meister in technisch komplizierten Ausnahmefällen Unterstützung des Herstellers benötigen, bekommen sie bei Krone direkt den richtigen Ansprechpartner ans Telefon. So funktioniert das Landtechnikgeschäft gemeinsam.“

### Top-Qualifikation

Wobei Firmeninhaber und Geschäftsführer sehr großen Wert auf den Hinweis legen, dass die eigene Kompetenz und Leistungsbereitschaft der Wüstenberg-Fachbetriebe die wesentliche Grundlage für die Kundenakzeptanz sind. Voraussetzung dafür sei eindeutig das Thema Qualifikation. Wüstenberg bildet derzeit an allen acht Standorten insgesamt 60 junge Menschen in verschiedenen Berufen aus. Den größten Anteil daran haben Auszubildende zum Land- und Baumaschinenmechatroniker, in der Regel zwei bis drei pro Lehrjahr und Standort. Insgesamt haben die Serviceteams – Werkstätten und Ersatzteillager zusammengerechnet – einen Anteil von deutlich über 50 % an der Mitarbeiterzahl der Wüstenberg-Gruppe.

Entsprechend intensiv gestaltet sich auch das Thema Weiterbildung. Stets auf dem neuesten Stand zu sein und so die bestmögliche Einsatzfähigkeit im Service zu haben, sei absolut essenziell, fährt Holger Wüstenberg fort. Eine weitere logische Konsequenz ist die zunehmende Spezialisierung innerhalb der Werkstattteams. Mehrere Meister pro Standort sind die Regel, mit entsprechenden Schwerpunkten nach Gerätesegmenten und/oder Marken. Und auch in den Reihen der Mechatroniker ist der Spezialisierungsgrad hoch, wie Hans-Rudolf Lübcker während des Betriebsrundgangs erläutert. „Anders sind die technischen Herausforderungen nicht zu bewältigen.“

### Mehr Verbindlichkeit

Erstklassiger Service ist für Firmeninhaber und Geschäftsführer ebenfalls gleichbedeutend mit

Geschwindigkeit. Dies beginnt bei der zuverlässigen Erreichbarkeit auch außerhalb der offiziellen Geschäftszeiten und endet nicht bei einer sehr hohen Ersatzteilverfügbarkeit. Rund 23.000 verschiedene Ersatzteilpositionen am Standort Börm sind dafür eine wichtige Grundlage. Auch das Vorhalten einer größeren Anzahl Ersatzmaschinen oder einzelner Baugruppen, etwa für Häcksler oder Mähdrescher, ist – gerade mit Blick auf die Lohnunternehmen – eine wichtige Stellschraube. „Das klingt alles selbstverständlich. Entscheidend ist im Service aber nicht allein was, sondern wie es mit Leben erfüllt wird. Und diesbezüglich spiegeln uns die allermeisten unserer Kunden, dass wir einen guten Job machen und unser Leitbild ‚Bei uns in guten Händen‘ gelebte Praxis ist“, freut sich Holger Wüstenberg.

Dieses Konzept auch in Zukunft in gleicher Intensität mit Leben zu erfüllen, sei für ihn selbstverständlich – allerdings kein Selbstläufer, im Gegenteil. So lasse der unverändert intensive Strukturwandel in der Landwirtschaft auch in Schleswig-Holstein einerseits die Zahl der Kunden sinken, andererseits jedoch deren Anforderungen an die Landmaschinen-Fachbetriebe erheblich steigen. Die Lösung liegt jedoch nicht allein in noch mehr Kompetenz und Leistung, sondern ebenso in noch größerer Verbindlichkeit aller Beteiligten – Kunde, Fachbetrieb und Hersteller. „Angesichts der immer komplexeren Technik steigen die Kosten deutlich. Eine intensivere vorbeugende Instandhaltung ist deshalb ein wichtiger Schritt zu mehr Einsatzsicherheit und Kostenkontrolle“, so Hans-Rudolf Lübcker. Der Anteil von Neumaschinen, die mit Garantieverlängerung und angeschlossener Wartungsvereinbarung verkauft werden, steigt deutlich, bei Lohnunternehmen sogar über 50 %. „Für uns als Fachbetriebe ist es jedoch essenziell, dass wir unsere im Zuge von Serviceverträgen, Garantie- und Gewährleistungsarbeiten erbrachte Arbeit vollständig von der Industrie bezahlt bekommen. Auch diesbezüglich ist die Zusammenarbeit mit Krone ausgezeichnet – und eine wichtige Basis des gemeinsamen Erfolgs. Eben Service ohne Wenn und Aber“, so Holger Wüstenberg abschließend. «

## Universal-Transportwagen GX

# Jetzt auch mit starren Wänden

Den Universal-Transportwagen GX bietet Krone seit der Verkaufssaison 2022/23 auch mit starren Seitenwänden als Variante neben der hydraulisch teleskopierbaren Laderaumerhöhung an. Ein positiver Effekt der starren Seitenwände ist eine Reduktion des Eigengewichts um ca. 600 kg. Auch Vorderwand und Heckklappe sind durch die durchgehenden Aufbauten in der Höhe fixiert, wobei die Heckklappe sogar noch etwas weiter öffnen kann als bei der Maschine mit den hydraulisch variablen Bordwänden. Das vereinfacht die Beladung des Wagens von hinten.

Der GX mit starren Seitenwänden bietet alle bekannten Komfort-Features, die den Wagen zu einem echten Transport-Allrounder machen. Dazu gehören u. a. das patentierte Ein-Rahmen-Konzept und die abgeschrägten Kotflügel für minimale Ablagerungen am Fahrzeug, die GFK-Bordwandpaneele mit ihrer sehr glatten Oberfläche zur Minimierung des Reibwiderstands sowie die mobile, transparente Vorderwand. Sie ermöglicht dem Fahrer freie Sicht in den Laderaum.

Das starke und extrem belastbare Transportband kann vor- und zurücklaufen; da es dauerhaft gespannt ist, bleibt es auch bei Leerfahrten ruhig. Dank seines Federeffekts ist zudem immer eine besonders schonende Beladung gewährleistet.

Darüber hinaus verfügt auch die neue GX-Variante über das innovative und mit der DLG-Silbermedaille ausgezeichnete Krone ExactUnload, das die Ablage des Ladegutes nach Weg ermöglicht. «



## Telemetrieinheit SmartConnect Solar

# Für alle Maschinen nutzbar

Die Telemetrieinheit SmartConnect bildet seit Längerem die Grundlage für das Datenmanagement bei den Landmaschinen und Nutzfahrzeugen von Krone. Jetzt bietet der Hersteller eine zusätzliche Lösung an, die noch flexibler nutzbar ist und ihre Energie aus einer Solarzelle bezieht: die „Krone SmartConnect Solar“. Mit dieser autarken Telemetrieinheit können auch einfache Maschinen wie Mähwerke, Wender, Schwader sowie andere Geräte ohne eigene Elektronik in ein digitales Datenmanagement eingebunden werden. Dies ist nun für alle Maschinen nutzbar, unabhängig vom Hersteller oder Einsatzzweck.

Mithilfe eines Lagesensors kann die SmartConnect Solar beispielsweise an einer Anhängerklappe auch als Fuhrenzähler eingesetzt werden. Alter-

nativ wird bei der Anbringung an einem schwenkbaren Ausleger eines Schwaders die Arbeits- und Transportstellung durch den Lagesensor erkannt. Mit einer hinterlegten Arbeitsbreite kann die SmartConnect Solar auch als Hektarzähler genutzt werden. Über einen integrierten GPS-Empfänger sowie ein Funkmodem mit Multinetz-SIM-Karte werden diverse Positions- und Statusdaten der Maschine in Echtzeit versendet. Über Krone Smart Telematics im Portal mykrone.green können die Maschinendaten in Echtzeit sowie auch nachträglich angesehen und ausgewertet werden. Neu ist die Anbindung der SmartConnect Solar an die herstellernerneutrale „Datendrehscheibe“ agrirouter. «





SCHLEIFSYSTEM SPEEDSHARP

# Ganz schön scharf

Zur Sicherstellung hochwertiger Grassilage sind scharfe Ladewagen-Messer unerlässlich. Warum das automatische Schleifsystem SpeedSharp von Krone eine sehr gute Kombination aus 1a-Schliff, Zeit- und Diesersparnis bietet, hat XtraBlatt beim Lohnunternehmen Wesch im Landkreis Cuxhaven erfahren.



**M**it routinierten Handgriffen öffnet Dennis Jenk die Seitenklappe des Ladewagens. Der Mitarbeiter des Lohnunternehmens Harry Wesch aus Moorausmoor (Gemeinde Stinstedt im niedersächsischen Landkreis Cuxhaven) entriegelt das Schneidwerk und zieht den Messerbalken heraus. Anschließend wird er zur Seite geschwenkt und die Schleifeinrichtung in Stellung gebracht. Sobald auch die beiden Hydraulikschläuche angeschlossen sind, kann es losgehen. Per Knopfdruck beginnt die Welle der Schleifeinrichtung mit den 24 Schleifscheiben zu rotieren und startet automatisch den Schleifvorgang. Funken sprühen und nach einer guten Minute sind 24 Messer wieder scharf. Die Schleifeinrichtung positioniert sich neu und schleift die zweiten 24 Messer des Schneidwerks. Anschließend bringt Dennis Jenk das Schneidwerk wieder in Arbeitsstellung, die Schleifeinrichtung in Ruhestellung und widmet sich erneut der Futterbergung. Das ganze Prozedere hat nur knappe 5 min gedauert.

„Die Alternative wäre gewesen, zurück auf den Betriebshof zu fahren und den Messersatz zu wechseln“, erklärt Dennis Jenk und ergänzt: „Wenn alles gut gelaufen wäre, hätte mich das inklusive An- und Abfahrt locker eine Stunde gekostet!“ Zeit, die während der Grünfuterernte niemand hat. „Deswegen haben wir uns auch vor einigen Jahren, als die Ersatzbeschaffung eines Ladewagens anstand, entschlossen, in die Messerschleifeinrichtung zu investieren“, betont Harry

Wesch, Geschäftsführer des Lohnunternehmens. Anschließend wurden gleich nochmal zwei weitere Ladewagen mit Schleifeinrichtung gekauft.

Krone hat das SpeedSharp-System 2013 vorgestellt. Dessen Herzstück des Systems ist die erwähnte, mit 24 federbelasteten Fächerschleifscheiben bestückte Welle. Diese Schleifscheiben mit einzelnen, weit überlappenden Schleiflamellen sorgen für eine hohe Schleifleistung und Lebensdauer. Durch die spezielle Kontur der Fächerscheibe bleibt der Schärfwinkel bis zur Verschleißgrenze des Messers einheitlich. Die Federn zwischen den Schleifscheiben sorgen für einen gleichbleibenden Anpressdruck. Der „kalte“ Schliff in mehreren Etappen verhindert zudem ein Ausglühen der Messer. Das erhöht die Lebensdauer der Schleifscheiben und verhindert, dass die Messerschneide überhitzt.

Seit der Markteinführung hat sich die Onboard-Messerschleifeinrichtung als Option etabliert, so Benedikt Lambrecht-Speller, der als Produktmanager bei Krone unter anderem für das SpeedSharp-System verantwortlich ist. Rund ein Drittel der ausgelieferten Ladewagen werden inzwischen mit der Schleifeinrichtung SpeedSharp ausgestattet, bei den Hochleistungsbaureihen RX und ZX sind es sogar 50 %. „Gerade für Kunden, die viel auf sandigen oder steinigen Böden unterwegs sind und einen entsprechend hohen Schleifbedarf haben, ist das System der Renner“, fügt er hinzu.

**1 Messerscharf nach wenigen Minuten: Dank der SpeedSharp-Schleifeinrichtung lassen sich die Messer des Ladewagen-Schneidwerks schleifen, ohne sie vorher ausbauen zu müssen.**

**2 Alles muss passen: Qualitativ hochwertiges Grünfutter ist das Ergebnis eines sorgfältigen Ernteprozesses. Dazu gehören auch regelmäßig nachgeschärfte Messer.**





## » In Kürze

### ❶ Fakt 1

Rund ein Drittel der von Krone ausgelieferten Ladewagen werden inzwischen mit der automatischen Schleifeinrichtung SpeedSharp ausgestattet

### ❷ Fakt 2

Zu den betriebswirtschaftlichen Vorteilen des Schärfsystems gehören ein spürbar geringerer Kraftstoffbedarf beim Ladewageneinsatz und deutlich weniger Zeitaufwand für das Messerschärfen.

### ❸ Fakt 3

Zu den Schlüsselfaktoren für optimale Futterqualität gehören Schnittlänge und -qualität. Kurz geschnittenes Grünfutter trägt zu einer schnelleren PH-Absenkung bei und minimiert dadurch die Gefahr von Fehlgärungen.

**1 Die Schleifeinrichtung wird in Stellung gebracht: Nach wenigen Handgriffen kann geschliffen werden.**

**2 Wieder einsatzbereit: Dennis Jenk zeigt die frisch direkt am Ladewagen geschärften Messer.**

**3 Gleichmäßiges Schleifbild: Die Federn zwischen den Schleifscheiben sorgen für einen gleichbleibenden Anpressdruck.**

„Aber auch Landwirten und Lohnunternehmen, die aus Gründen einer optimalen Futterqualität auf kontinuierlich scharfe Messer setzen, können wir mit dem SpeedSharp-System ein Werkzeug zur Verfügung stellen, mit dem sich die 48 Messer unserer Ladewagen innerhalb weniger Minuten wieder nachschärfen lassen!“

## Sandige Herausforderung

Für Lohnunternehmen, die auf den unterschiedlichsten Böden arbeiten, sind kontinuierlich scharfe Messer eine Herausforderung. „Die sandigen und oft auch steinigten Geestböden setzen den Messern schon sehr zu. Wenn der Kunde dann auch noch einen sehr kurzen Schnitt bevorzugt, muss im Grunde genommen schon nach wenigen Touren nachgeschliffen werden“, so Harry Wesch. Diesen Belastungen waren die Messer nicht immer gewachsen, wie er weiter berichtet. „Wir hatten in den ersten Jahren häufig mit gebrochenen oder gerissenen Messern zu tun“, sagt der Lohnunternehmer. Ein Problem, das Krone durch neue Materialien inzwischen mit der Einführung von

widerstandsfähigeren HD-Messern gelöst hat, so Benedikt Lambrecht-Speller. Harry Wesch schätzt diese Form der Kundenorientierung: „Du rufst an, erklärst das Problem – und einige Wochen später gibt es eine Lösung aus dem Emsland.“ Das sei durchaus nicht selbstverständlich und habe letztlich dazu beigetragen, dass das Lohnunternehmen Wesch inzwischen bei seiner Grünlandtechnik nahezu komplett auf Krone setzt.

Obwohl in der Grünlandregion inzwischen Feldhäcksler mit Pick-up die Futterbergung dominieren, sind Ladewagen in vielen Fällen nach wie vor die wirtschaftlichere Alternative. „Das ist beispielsweise bei kleineren oder sehr abgelegenen Flächen der Fall“, erklärt Christoph Jenk, der in dem Lohnunternehmen unter anderem für die Werkstatt und die Disposition verantwortlich ist. Mitunter wollen Landwirte auch keine schweren Feldhäcksler für das Bergen auf moorigen Standorten, von denen es in der Region reichlich gibt. Die drei Ladewagen des Lohnunternehmens sind daher während der Grünfütterernte überwiegend

mit der eigenen Pick-up im Einsatz. „Natürlich setzen wir die Ladewagen auch unter dem Turm ein, wenn entsprechende Transportkapazitäten in der Häckselkette benötigt werden“, sagt Dennis Jenk.

## Optimale Futterqualität

„Einer der Schlüssel für eine optimale Futterqualität ist die Schnittlänge des Grünfutters“, sagt Harry Wesch. Anzustreben sei eine kurze Schnittlänge. Die führt zu einer während des Silivorgangs zu einer schnelleren PH-Absenkung des Grünfutters und minimiert dadurch die Gefahr von Fehlgärungen. Zum anderen sorgt eine kürzere Schnittlänge für eine größere Oberfläche, die es wiederum für die Kühe ermöglicht, leichter zu verdauen, mehr Energie aufzunehmen und damit leistungsfähiger im Milchertrag zu werden.

Um für die Kunden des Lohnunternehmens zuverlässig eine optimale Futterqualität zu gewährleisten, sind scharfe Messer eine Grundvoraussetzung. Das Lohnunternehmen legt daher sehr viel Wert auf gewissenhaftes Schleifen der Messer nach jedem Arbeitstag in der Grünfütterernte. Die meisten Messer werden an einem stationären Schleifautomaten in der eigenen Werkstatt nachgeschärft. Gerade zu Stoßzeiten kommt es schon mal zu abendlichen Staus beim Nachschleifen. Und der kann dank der SpeedSharp-Schleifeinrichtung spürbar entschärft werden. Allerdings müssen auch die Ladewagen-Messer in regelmäßigen Abständen in den stationären Schleifautomaten.

Das Lohnunternehmen Harry Wesch wurde 1991 aus einem bäuerlichen Betrieb heraus gegründet und beschäftigt heute acht fest angestellte Mitarbeiter. Dazu kommen zwölf Aushilfen. Einer der Schwerpunkte im Dienstleistungsangebot ist die Grünfütterernte. Dafür setzt das Lohnunternehmen hauptsächlich auf Krone-Technik. Gemäht wird mit zwei Schmetterlingsmähkombinationen. Auch für das Schwaden sowie die Futterbergung setzt das Lohnunternehmen weitgehend auf Technik von Krone. Zur Flotte gehören drei Feldhäcksler, zwei BiG X 850 sowie ein BiG X 1080, zwei Krone Schwader sowie die schon genannten drei Ladewagen der ZX-Baureihe.

## Weniger Dieserverbrauch

Auch Mitarbeiter Torben Trzeciek hat die Messer seines Ladewagengespanns erstmals an diesem Tag nachgeschliffen. Wie alle Mitarbeiter des Wesch-Teams, die mit den Ladewagen unterwegs sind, kennt er sich bestens mit der Bedienung der Schleifeinrichtung aus, nutzt sie über die bis zu fünf Schnitte der Grünfütterernte dutzende Male pro Jahr. Der Verbrauch der Schleifmittel ist

Gerade für Kunden, die viel auf sandigen oder steinigten Böden unterwegs sind, ist das System der Renner.

## Harry Wesch, Lohnunternehmer

nach seiner Aussage vergleichsweise gering. „Ist die Saison vorbei, ersetzen wir auch die Fächerschleifscheiben, die dann ihre Verschleißgrenze erreicht haben“, so Torben Trzeciek. Er nutzt das SpeedSharp-System aber nicht nur, wenn die Messer spürbar abstumpfen. Auch bevor er sich auf den Weg zu einem neuen Kunden macht, werden die Messer geschliffen. „Gerade die ersten Ladungen, die wir bei einem Landwirt entladen, werden besonders kritisch geprüft. Da macht es sich natürlich gut, wenn die ersten Fuder mit frisch geschärften Messern bearbeitet wurden“, so der Grünlandprofi.

Das regelmäßige Nachschleifen hat auch mit Blick auf die Betriebskosten einen wirtschaftlichen Aspekt. „Mit frisch geschärften Messern wird das Gras mit spürbar weniger Aufwand geborgen“, erklärt Christoph Jenk. Das macht sich in einem verringerten Kraftstoffverbrauch bemerkbar, den der Wesch-Werkstattleiter auf rund 1 % bis 2 % beziffert. Aber das kenne man von allen mit Messern bestückten Maschinen. Sind die Klingen scharf, arbeiten sie sich mit Leichtigkeit durch das Grünfutter. Werden die Klingen im Laufe des Arbeitstages zu stumpf, habe das einen signifikant höheren Kraftstoffverbrauch zur Folge. Damit ist die Messerschleifeinrichtung SpeedSharp im Lohnunternehmen Harry Wesch ein sogenanntes Win-Win-Tool. Der Kunde profitiert von einer optimalen Schnittqualität, das Lohnunternehmen von einem geringen Kraftstoffverbrauch, und auch das Reklamationsrisiko bezüglich der Silagequalität ist kleiner. <<

**Hochmotiviertes Team: Nicht nur in der Grünfütterernte ist das Team des Lohnunternehmens Harry Wesch eine verlässliche und schlagkräftige Größe für die Landwirte der Region.**





# News-Ticker



## Mitarbeiter-Marketing

Seit 2009 sind Krone und JCB die Partnerfirmen des von der Zeitschrift Lohnunternehmen ausgerichteten „LU-Marketing-preises“. Zum Wettbewerbsgewinn gehört u. a. ein Tagesseminar bei Krone. Aufgrund der Corona-Restriktionen konnten die 2019er Sieger Dettmer, Feldmann, Kock und Strompen ihren Gewinn erst im Frühjahr 2023 in Spelle einlösen.



## » Mehr News

Aktuelle Krone-Presse-meldungen finden Sie über den QR-Code oder [kurzelinks.de/](https://kurzelinks.de/) Pressemitteilungen.



## 25-jähriges Jubiläum

Brent Raines, Produktspezialist für Mäher bei Krone Nordamerika wurde während der „Daughter Conference“ in Spelle von Martin Eying (r., Geschäftsführer Vertrieb & Marketing) und Heiner Brüning (l., Geschäftsführer After Sales) für sein 25-jähriges Firmen-jubiläum geehrt.



## Umsatz-Plus

Die Krone-Gruppe erwirtschaftete trotz eines weiterhin angespannten Marktumfeldes im Geschäftsjahr 2021/2022 einen Umsatz von rund 2,5 Mrd. € und lag damit um mehr als 15 % über dem Vorjahresniveau (rund 2,2 Mrd. Euro).



## VDMA-Ausschuss Elektronik

Vor einigen Wochen tagte der „Technische Ausschuss Elektronik“ des VDMA in seiner 52. Sitzung zu aktuellen Themen im Krone-Kundencenter. Mit insgesamt 41 Teilnehmern aus der Branche war die Veranstaltung sehr gut besucht.



## Großer Andrang

Die Messe AgriTeck Farm Teck in Astana (Kasachstan) zählte rund 10.000 Besucher. Der Krone-Stand erfreute sich dabei intensiver Aufmerksamkeit. Durch staatliche Förderung der Milchviehhaltung ist europäische Futtererntetechnik sehr gefragt.



## Lieferanten-Award

Jedes Jahr zeichnet Krone in verschiedenen Kategorien seine „Supplier of the Year“ aus. Die acht Preisträger für das Jahr 2022 wurden kürzlich im Rahmen der Lieferantentagung geehrt, die erstmals gemeinsam für die gesamte Krone-Gruppe stattfand.



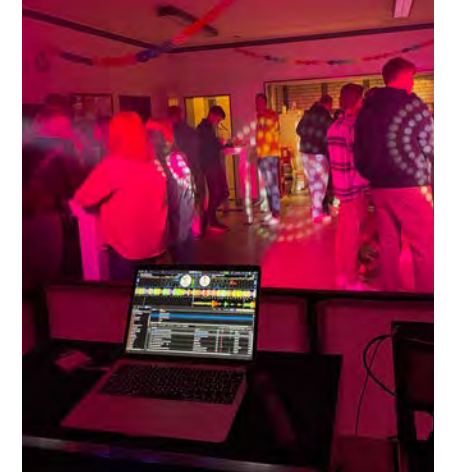
## Suchtprävention

Die ehemaligen Fußball-Profis Uli Borowka (l.) und Christian Hochstätter (r.) waren zu Besuch in Spelle. Sie engagieren sich auf dem Gebiet der Suchtprävention und lobten den Krone-internen Umgang mit diesem Thema sowie die angebotenen Beratungsmöglichkeiten.



## Emsland-Stipendium

Auch in diesem Jahr beteiligt sich Krone wieder am „EmslandStipendium“ des Wirtschaftsverbandes Emsland. Für 2023 fiel die Wahl der beiden Krone-Stipendiaten auf Leon Schomakers (l., Allgemeiner Maschinenbau) sowie Tobias Badulin (BWL und Management). Zur Förderung gehören ein Monatsbeitrag sowie die Chance zu ersten Praxiserfahrungen im Unternehmen.



## Azubi-Party

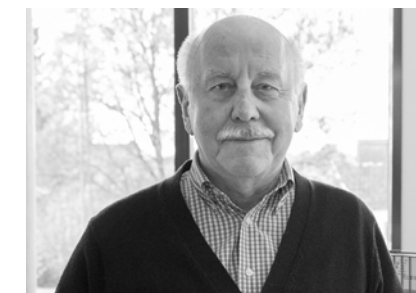
Das Miteinander zu stärken und sich endlich mal wieder in gemütlicher Runde zu treffen war das Ziel der ersten „Azubi-Fete“ nach dem Ende der Corona-Pandemie. Nach einem Preisschießen sowie einem Schnitzelbuffet wurde viel gelacht, getanzt und gesungen. Kurzum: Ein voller Erfolg!

## Highland-Maschine Nr. 100

Ein besonderes Jubiläum erreichte der österreichische Krone-Fachhändler Hauser, indem dort die hundertste Maschine der Highland-Baureihe übergeben wurde. Käufer dieser Maschine waren Christina Schweiger und Franz Embacher. Ausschlaggebend für die Kaufentscheidung war u. a. die besondere Hangtauglichkeit der Maschine.

## Biogas-Konferenz

Während der Global Conference of Compressed Biogas (CBG) im indischen Neu-Delhi konnte sich Krone vor 200 Anlagenbetreibern als Kompetenzpartner innovativer Mechanisierung der Erntegütergewinnung präsentieren.



## Nachruf

Im März verstarb Wolfgang Deimel im Alter von 79 Jahren. 30 Jahre lang war er – überwiegend in verantwortlicher Position – für die Konstruktion von Ladewagen und Pressen tätig. Sein Lebenswerk ehrte der Verein Deutscher Ingenieure (VDI) 2016 mit der Max-Eyth-Medaille.



FAMILIE ALBRING

# Frischgras-Express

Tägliches „Sahnehäubchen“ für die 480 Kühe auf dem Hof Albring: Im Sommerhalbjahr kommt einmal täglich der „Frischgras-Express“ und verteilt zusätzlich zur (dann etwas reduzierten) TMR-Ration pro Tier und Tag rund 40 kg Frischgras.



Mit Begeisterung Milchviehalter (hintere Reihe, v.l.n.r.): André und Monique Albring mit ihren Kindern Dieke und Tessa sowie (vorn) Jesse und Sanne.

Frischgrasfütterung im Boxenlaufstall ist in Deutschland eher selten zu finden, meist wegen der Arbeitsbelastung. Wie Familie Albring dies effizient löst, dabei viel Kraftfutter spart und sich über 480 begeisterte Kühe freuen kann, hat XtraBlatt im niedersächsischen Ithorst erfahren.

**M**orgens um halb zehn in Deutschland ... ist nicht nur für die Fans einer aus der Werbung hinlänglich bekannten Nuss-Nougat-Milchcreme-Waffel

Zeit für einen Snack. Im Boxenlaufstall der Familie Albring im niedersächsischen Ithorst, halbwegs zwischen Oldenburg und Leer gelegen, herrscht unter den rund 480 Kühen deutlich erkennbare Begeisterung, wenn André Albring vormittags mit seinem „Frischgras-Express“ vorfährt. Genauer gesagt, eine Kombination aus Traktor, Frontmäherwerk sowie Ladewagen mit Wiegeeinrichtung und Querverförderband zur Futterdosierung. Damit verteilt der Landwirt das Gras auf die bereits vorhandene TMR-Ration. Für die Kühe sei das frische Gras ebenso attraktiv wie die Snacks eines Food-Trucks für viele Menschen: etwas Besonderes, das außerdem noch sehr lecker schmeckt. „Dass dem so ist, sieht man an der Tatsache, dass die ganze Portion ruckzuck aufgefuttert wird“, erklärt er mit einem Augenzwinkern.

## Die passende Technik

Aber warum setzen der Landwirt und seine Frau Monique, mit der er vor 23 Jahren den Betrieb in Ithorst kaufte, auf diese vergleichsweise zeitaufwendige Fütterung? „Erstens können wir unser Grünland besser nutzen, und zweitens ersetzt das Frischgras-Eiweiß im Sommerhalbjahr eine erhebliche Menge Soja in der Ration. Dadurch liegt der Deckungsbeitrag pro Kuh höher – das ist letztlich der wichtigste Aspekt“, schildert er seine Beweggründe. Und was die arbeitswirtschaftliche

Belastung der Frischgrasfütterung angeht, sieht er darin kein gravierendes Problem – vorausgesetzt, die richtige Technik steht dafür zur Verfügung.

Deshalb entschied sich André Albring 2022 in einen neuen Ladewagen mit 40 m<sup>3</sup> Fassungsvermögen und sodass ausreichend Volumen zu investieren, damit er oder einer seiner Mitarbeiter zur Futterbergung nur ein-, maximal zwei Fahrten täglich unternehmen muss. Seine Wahl fiel auf einen RX 400 GD von Krone – nicht nur, weil ihm der Wagen an sich zusagte, sondern weil der Hersteller aus dem Emsland 2022 als einziger in der Lage gewesen sei, zeitnah ebenfalls die Zusatzausrüstung des Querverteilers zu liefern.

Auch beim Frontmäherwerk konnte Krone punkten. „Wichtig war mir die Arbeitsbreite von 4 m statt 3 m. Das reduziert die Zahl der Überfahrten, was bei unseren moorigen Böden in nasseren Jahren sehr wichtig ist. Außerdem sorgt die größere Breite dafür, dass der Ladewagen um ein Drittel schneller gefüllt ist – Zeit ist schließlich Geld bei unserer Betriebsgröße“, erläutert der Landwirt. Kleiner „Haken“ zu jenem Zeitpunkt: Krone hatte zwar ein klappbares Frontmäherwerk mit 4 m Breite im Programm – aber keines mit Querverförderschnecke, und genau darauf legte André Albring großen Wert.



Schon beim Rückwärtssetzen des Gespanns erhält eine Seite des Stalls die Grasration, die zweite Seite folgt beim Hinausfahren.



## Die wirtschaftlichen Vorteile der Frischgrasfütterung liegen auf der Hand.

André Albring,  
Landwirt

„Wenn ich Frischgras füttern will, kann ich keinen Zetter gebrauchen, und bezüglich der Futtersauberkeit liegt die Messlatte für mich ebenfalls sehr hoch, deshalb der Wunsch nach einer Schnecke. Aber auch hier war Krone sehr flexibel und hat mir kurzerhand ein Vorserien-Modell zur Verfügung gestellt. So wurde unsere Erntemethode für beide Seiten zur Win-Win-Situation“, fügt der Landwirt zufrieden hinzu.

### Treppen-Schnitt

Beim Thema Futterqualität im Zuge der Frischgrasernte bringt André Albring die Schnitttiefe ins Gespräch. 8 cm sind für ihn die absolute Untergrenze, besser seien 10 cm. Grund dafür ist einerseits die Futterqualität – sprich ein geringeres Risiko der Verschmutzung – und andererseits startet das Gras schneller wieder durch. Was die Halmlänge angeht, strebt er nach Möglichkeit 14–15 cm an, maximal jedoch 22 cm. In dieser Länge ist die Futteraufnahme seiner Erfahrung



2022 lief auf dem Betrieb Albring ein Vorserien-Modell des Mähwerks mit Schnecke als Querförderer.

nach am besten. Wird das Gras unbeabsichtigt doch mal länger, verwertet er es lieber als Silage.

Als echte Herausforderung im Schnitturnus stellen sich in Ihorst die unterschiedlichen Bodenbeschaffenheiten dar, denn von Mooruntergrund über anmoorigen Sand bis hin zu Sand und kleinere Teilflächen mit „schwererem“ Boden ist alles vertreten. „Wenn alle Voraussetzungen passen, wächst das Gras so kontinuierlich nach, dass die täglich gemähten Abschnitte sich optisch wie eine Treppe darstellen und wir nach etwa 20 Tagen wieder die gleichen Streifen mähen können“, schildert er den Optimalzustand. Ähnlich „kleinteilig“ muss dabei übrigens auch die Düngung erfolgen. Die Gülle wird mit einer eigenen Anlage separiert und die feste Phase teilweise als Einstreu genutzt, während die flüssige Phase passend zum Schnitturnus auf dem Grünland verteilt wird.

Und wie passt die Frischgrasernte insgesamt in die Grünlandbewirtschaftung? Schließlich ist Grassilage unverändert ein wichtiger Bestandteil der Futterration. Dazu ein Blick auf einige Kennzahlen des Betriebes: Insgesamt bewirtschaftet das Ehepaar Albring rund 230 ha, davon sind 50 ha Acker, die überwiegend mit Mais bestellt werden. Von den 180 ha Grünland können 25 ha aufgrund des moorigen Untergrundes nur extensiv genutzt werden, was bei Albrings auf einen Schnitt für Kälberheu sowie einen zweiten Schnitt für Silage oder Frischverfütterung hinausläuft. Von den übrigen 155 ha Grünland nutzt der Landwirt im



Frühjahr rund 35 ha für die Frischgrasernte, den „Rest“ dann beim ersten und zweiten Schnitt für Silage.

Zum Sommer hin steigt der Flächenanteil des Frischgrases deutlich, wobei die Niederschlagsmengen eine wichtige Rolle spielen. Mehr Probleme bereitet zu viel Wasser, denn dadurch leidet nicht nur die Befahrbarkeit der Flächen, sondern ebenso die Futterqualität. Bleiben die Niederschläge jedoch zu lange aus wie im Sommer 2022, kann es vorkommen, dass gar kein frisches Gras verfüttert werden kann. „Das ist dann zwar schade, aber in der Regel kein Beinbruch. Denn beim Grundfutter sorgen wir nach Möglichkeit Vorrat zu haben – Engpässe können somit gut aufgefangen werden“, erläutert André Albring.

Wer aufgepasst hat und sich fragt, wie man 480 Kühe plus Nachzucht, also in Summe 900 Tiere, von 230 ha satt bekommt und in Leistung hält:

Albrings kaufen jedes Jahr von anderen Landwirten in der Region Mais hinzu. Im Gegenzug nehmen die Landwirte die Gülle ab. Darüber hinaus kann Familie Albring Grünlandflächen im 3. und 4. Schnitt bei Kollegen nutzen, die selbst dieses Futter nicht mehr gewinnen möchten. „Für Silage lohnt sich das oft nicht immer, aber für die Frischgrasfütterung geht es noch recht gut“, beschreibt der Landwirt die Situation. Ein Vorteil des späten Schnittes liegt seines Erachtens darin, dass die Flächen nicht mit zu langem Gras in den Winter gehen. Gut gepflegt könne die Grasnarbe im Frühjahr besser wieder durchstarten, so seine Erfahrung.

### Frischgras ersetzt Soja

Stichwort Erfahrung: Monique und André Albring stammen aus den Niederlanden und fanden im Jahr 2000 als „weichende Hoferben“ im Westersteder Ortsteil Ihorst ihre neue Perspektive als Landwirte. „Mein Bruder bewirtschaftet den elterlichen Betrieb in der Nähe von Stadskanaal in der Provinz Drenthe und setzt schon länger auf die Frischgrasfütterung – genauso wie viele andere Landwirte in den Niederlanden. Auch die dortigen Beratungsinstitutionen sind mit dieser Methode gut vertraut und können die Landwirte fachlich gut unterstützen. Das ist in Deutschland nach meiner Erfahrung leider anders, was ich schade finde, denn die wirtschaftlichen Vorteile der Frischgrasfütterung liegen auf der Hand“, meint er – und schlägt damit den inhaltlichen Bogen wieder zu den eingangs genannten drei Vorteilen, genauer gesagt zur Rationsgestaltung.

Die Gesamtwuchshöhe des Grases liegt für die Frischgrasfütterung optimalerweise bei 22–25 cm, maximal jedoch bei 30 cm, findet André Albring. Die Stoppellänge sollte zwischen 8 cm und 10 cm liegen, um Futterverschmutzungen zu vermeiden.



Der Betrieb Albring ist über 20 Jahre hinweg in mehreren Stufen gewachsen. Ein Teil des Jungviehes bzw. der Färsen wird mittlerweile an einem zweiten Standort gehalten.



Geballte Ladung Erntetechnik: Die Straßen rund um den Betrieb sind schmal.



Pro Kuh und Tag kalkuliert André Albring im Sommerhalbjahr durchschnittlich 40 kg „Total Mixed Ration“ (TMR), bestehend aus 24 kg Silomais, 8 kg Grassilage, 1 kg Soja, 2 kg Rapsschrot sowie 5 l Wasser. Zusätzlich setzt er pro Kuh und Tag bis zu 40 kg Frischgras ein, die allerdings nicht eingemischt, sondern auf das TMR-Futter aufgelegt werden. Im Winterhalbjahr (ohne

Frischgras) beläuft sich die TMR-Menge im Mittel auf etwa 50 kg pro Tier und Tag, dann ergänzt zusätzliches Sojaschrot die Mischung. Verteilt wird die Ration einmal täglich morgens und wird anschließend über den Tag verteilt mehrmals mit dem Radlader „nachgeschoben“. Wie eingangs erwähnt, folgt das Frischgras im Laufe des Vormittags. Optimaler wäre es seines Erachtens, das Gras nachmittags zu füttern. „Aber dann käme keine Kuh in den Melkstand, bevor der letzte Halm weg ist – das passt dann doch nicht in den Arbeitsablauf“, schmunzelt André Albring.

### Strikte Kostenrechnung

Drittes „Pro“ in Sachen Frischgras ist die Wirtschaftlichkeit. Auf der Kostenseite schlägt natürlich die erforderliche Technik – Frontmäherwerk und Ladewagen – plus Zeitaufwand und Dieselkosten für die Futterbergung von etwa 1 h/Tag zu Buche. Auf der Habenseite liegt u. a. die Einsparung vor allem von Sojaschrot. „Speziell die 2022 um fast 100 % gestiegenen Sojapreise waren für uns ein maßgeblicher Auslöser, über die Alternative Frischgras nachzudenken. Heute ersetzt das frische Gras bei uns rund 600 kg Soja pro Tag.“ Das sind bei 180 Tagen pro Jahr rund 108 t bzw. nach aktuellen Preisen für Non-GMO-Soja von etwa 540 €/t (Stand Mai 2023) in Summe mehr als 58.000 € jährlich. 2022 waren es sogar fast 65.000 €. „Allein deswegen ist für uns die Entscheidung für Frischgras völlig logisch. Dazu kommen noch diverse andere Aspekte wie die Tiergesundheit oder die Schmackhaftigkeit des Futters und der damit verbundenen größeren Aufnahmemenge, was letztlich nach unserer Vergleichsrechnung zu bis zu 150 l mehr Milchleistung pro Tier und Laktation führt“, erläutert André Albring. Auch den speziell aus Verbrauchersicht wichtigen Aspekt der Nachhaltigkeit durch zumindest teilweises Ersetzen von Soja dürfe man nicht unterschätzen.

Die durchschnittliche Milchleistung der Albring-schen Herde liegt derzeit bei 8.000 l pro Kuh – also qua Menge zumindest nicht herausragend hoch. Anders sieht das bei den „inneren Milchwerten“ aus: 3,7 % Eiweiß und 4,3 % Fett können sich sehen lassen. Noch wichtiger für die Rentabilität sind ihm die niedrigen Tierarztkosten als Ergebnis aus guten Haltungsbedingungen und guter Fütterung sowie die – im Schnitt – vier Laktationen pro Kuh. „Die Mehrheit unserer Kühe liegt sogar höher, aber wir setzen seit 2010 nicht mehr auf Holstein Frisian, sondern auf Fleckvieh. Bei dieser Rasse bleibt die eine oder andere Kuh bei 20 kg Tagesleistung hängen, sodass wir sie zügiger vermarkten. Das senkt den Herdendurchschnitt etwas. Der eindeutige Vorteil bei Fleckvieh sind allerdings die Fleischleistung und die im Vergleich zu Holstein Frisian deutlich höheren Erlöse für die Bullenkälber. In Summe rechnet sich das für uns sehr gut“, erklärt Monique Albring.

Neben der Familie – das Paar hat vier Kinder, außerdem gehören die fünf fest angestellten Mitarbeiter sowie ein Auszubildender quasi ebenfalls zur Familie – und der Mitarbeit im Betrieb zählt vor allem die Büroarbeit zu ihren Aufgaben. Als gelernte Bankkauffrau ist ihr das Thema Wirtschaftlichkeit umso mehr eine Selbstverständlichkeit. „Das war für uns beide von Beginn an enorm wichtig, da wir mit relativ wenig Eigenkapital im Jahr 2000 den Betrieb mit 10 ha Eigentum, 30 ha Pachtland und 40 Kühen übernommen haben und ihn schrittweise auf die heutige Größe ausbauen



Digital bis unters Dach: Steuerungselektronik plus Kamera in der Schlepperkabine.

### » Betrieb Albring in Kürze

|   |
|---|
| 230 ha bewirtschaftete Fläche, davon 180 ha Grünland                                  |
| 480 Milchkühe plus Nachzucht  |
| Milchleistung im Herdendurchschnitt 8.000 l/Tier/Jahr bei 3,7 % Eiweiß und 4,3 % Fett |
| Frischgrasfütterung im Sommerhalbjahr reduziert den Soja-Bedarf um ca. 108 t/Jahr     |

konnten – ohne dabei auf finanziell zu dünnem Eis zu stehen. Das wäre ohne die absolute Prämisse der Betriebswirtschaft nicht gelungen“, fügt sie abschließend hinzu. «



Die TMR-Ration besteht aus Silomais, Grassilage, Soja, Raps und Wasser.



# Authentisch auf Augenhöhe



Landwirte und Verbraucher im Gespräch – dafür sorgt das Forum Moderne Landwirtschaft e. V. mit vielfältigen Angeboten. Geschäftsführerin Lea Fließ beschreibt Ziele und Aktivitäten des Vereins.

**XtraBlatt:** Frau Fließ, welche Themen stehen im Fokus der Veranstaltungen des Forums Moderne Landwirtschaft?

**Lea Fließ:** Wir behandeln alle Bereiche, die die Landwirtschaft zu bieten hat – vom Kürbis bis zum Laufstall, vom klassischen Ackerbau bis zur Tierhaltung. Aber wir orientieren uns auch stark daran, was den Verbraucher besonders interessiert. Das sind aus unseren Erfahrungen im Wesentlichen drei Punkte. Dazu gehört erstens die Frage: Wie geht es den Nutztieren und was tut der Landwirt, um die Natur zu erhalten?

Punkt zwei: Wir selbst bringen außerdem immer wieder die Versorgungssicherheit mit ein, weil die Verbraucher diese seltener im Blick haben. Seit dem Ukrainekrieg hat sich das jedoch geändert. Wir wollen zeigen, dass die Landwirtschaft alles verbindet: Sie versorgt Menschen mit Lebensmitteln und wirtschaftet nachhaltig für die Natur sowie die Tiere. Und drittens spielt auch das Thema Ernährung bei unseren Aktivitäten regelmäßig eine Rolle – mit anschaulichen Anknüpfungspunkten. Wenn es aber um Ernährungsweisen geht, beziehen wir keine Stellung. Das muss jeder für sich entscheiden.

**XtraBlatt:** Die Aktivitäten des Vereins tragen sich über die Mitglieder. Wer gehört dazu?

**Lea Fließ:** Aktuell haben wir 66 Mitglieder. 50 Prozent davon sind Verbände und die andere Hälfte sind Unternehmen, meist aus dem vorgelagerten Bereich der Landwirtschaft. Zu uns gehören z. B. der Deutsche Bauernverband, die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft und der Raiffeisenverband ebenso wie größere Konzerne und kleine mittelständische Unternehmen.

**XtraBlatt:** Was sind die Ziele des Forums Moderne Landwirtschaft?

**Lea Fließ:** Wir wollen den vielen Playern aus der Landwirtschaft und dem vorgelagerten Bereich eine Möglichkeit geben, mit der Gesellschaft in den Austausch zu gehen. Wir geben Verbrauchern spannende Einblicke und zeigen, wie Landwirtschaft heutzutage wirklich ist. Unsere Branche ist schon seit Jahren in einer Transformation zu mehr Nachhaltigkeit. Dabei ist sie auf die Akzeptanz der Bevölkerung angewiesen, und da setzen wir an. Vieles von dem, was Landwirtschaft heute Positives für Umwelt und Gesellschaft leistet, wurde bisher von weiten Teilen der Bevölkerung und auch den Medien nicht wahrgenommen bzw. vermittelt.

**XtraBlatt:** Bei vielen Ihrer Aktionen sind sogenannte AgrarScouts im Einsatz. Wer ist das und welche Aufgaben übernehmen diese Menschen?

**Lea Fließ:** Die Idee zu den AgrarScouts hatten wir 2016 zum ErlebnisBauernhof auf der Grünen Woche – unserer Erlebnisschau zum Thema Landwirtschaft. Inzwischen ist ihre Zahl auf 800 angewachsen – zu einem großen Netzwerk aus Landwirten sowie Trainees verschiedener Unternehmen. Die Scouts sind ehrenamtlich tätig. Sie werden einen Tag lang inhaltlich geschult – und zwar nicht bezogen auf das, was sie sagen sollen, sondern auf das ‚Wie‘ der Kommunikation. Wir zeigen ihnen, wie wichtig es ist, erst einmal zuzuhören, nach dem Wissenstand des Gegenübers zu fragen, die Gesprächspartner nicht mit Zahlen zu überfrachten. Sie sollen über die Arbeit auf ihrem Hof berichten, die sie tagtäglich erledigen. Dieses Format kommt sehr gut an – sowohl bei den Landwirten, als auch bei der Bevölkerung.



## » Zur Person

**Lea Fließ** ist die Geschäftsführerin des Forums Moderne Landwirtschaft und dort seit 2015 aktiv.



**XtraBlatt:** Wie sehen Aktionen aus, die Sie vor Ort anbieten?

**Lea Fließ:** Unser Kernteam aus aktuell zehn Mitarbeitenden mit Expertise aus den Bereichen Kommunikation, Eventmanagement und Agrar ist sehr kreativ. Wir versuchen, jedes Jahr etwas Neues anzubieten. Ein gut bewährtes Format, um das Gespräch mit der Bevölkerung zu suchen, sind unsere Marktplatzevents. Beispielsweise gab es eine Entdeckertour, auf der wir mit einem kleinen Info-Bus durchs Land gefahren sind. Zu einem anderen Termin sind wir mit ein paar Traktoren an einen Ort mitten in Berlin gefahren und haben interessierten Bewohnern eine Spritztour angeboten. Da es den ganzen Tag regnete, haben wir den Menschen auf diesem Weg ihre Einkäufe nach Hause gebracht und hatten dabei Zeit für Gespräche. Auch unser sogenanntes interaktives Klimaklo – die kleinste landwirtschaftliche Klimaausstellung der Welt – war eine solche Marktplatzaktion.

Das Forum Moderne Landwirtschaft sucht möglichst zentrale Punkte in Städten und Ortschaften für den Dialog der „AgrarScouts“ mit der Bevölkerung, hier auf der Berlin Food Week.

« Eine Marktplatzaktion des Forums Moderne Landwirtschaft ist das interaktive „Klimaklo“ – die kleinste landwirtschaftliche Klimaausstellung der Welt.



Sehr intensive Erfahrungen mit Landwirtschaft bietet unsere jährliche Veranstaltung ‚Landwirt für einen Tag‘. In diesem Jahr konnten Interessierte am 13. Mai für ein paar Stunden mit einem Landwirt zusammenarbeiten – ein sehr beliebtes Angebot des Forums. Aufgrund der starken Nachfrage mussten wir unsere Bewerbungsaufrufe über die Sozialen Medien vorzeitig beenden. Letztlich hatten wir 80 Betriebsbesuche für den Tag organisiert. Und auch im Bildungsbereich sind wir aktiv, wollen in Schulen präsent sein. Wir bieten z. B. an, Landwirte in die Klassen einzuladen und mit ihnen den Unterricht zu gestalten.

**XtraBlatt: Und Sie zeichnen zukunftsfähige Lösungen für die Entwicklung der Landwirtschaft aus!**

**Lea Fließ:** Ja, so ist es! Wir verleihen 2023 bereits im dritten Jahr den Innovationspreis Moderne Landwirtschaft. Klima-, Umwelt- und Artenschutz sind besondere Herausforderungen für die Landwirtschaft. Das wollen wir mit dieser Ehrung auch der Öffentlichkeit näherbringen. Wir zeigen, welche kreativen Lösungen in Form neuer Technologien oder Vertriebsprozesse bereits entwickelt worden sind.



**Aufgeklärt beim Einkauf: Auch in Supermärkten kommt es oft gut an, wenn die AgrarScouts aus ihrem Hofalltag berichten und Fragen beantworten.**

**XtraBlatt: Welche Themen tauchen bei den Diskussionen immer wieder auf?**

**Lea Fließ:** Sehr oft geht es um die sogenannte Massentierhaltung – mit Fragen wie „Warum haltet ihr so viele Tiere im Stall?“, „Warum können die Tiere nicht an die frische Luft?“, „Wieso ist es so eng dort?“, „Gebt ihr Antibiotika, ohne dass die Tiere krank sind?“ oder „Warum brauchen wir Pflanzenschutzmittel und künstlichen Dünger?“.

**XtraBlatt: Nennen Sie uns gerne Beispiele, wie die AgrarScouts darauf antworten!**

**Lea Fließ:** Wir stellen dar, dass es eine große Leistung unserer Landwirtschaft ist, unser Land mit hochwertigen Nahrungsmitteln zu versorgen und durch den Export auch viele weitere Länder. Wir erklären, dass bei allen dazugehörigen Prozessen natürlich Probleme auftreten können, mit denen wir uns jetzt beschäftigen müssen. Wir erläutern Lösungsideen, die schon in der Umsetzung sind. Aber wir weisen auch darauf hin, dass weitere Lösungen erst noch entwickelt werden müssen und dass wir daran konzentriert arbeiten.

Nehmen wir das Beispiel Pflanzenschutzmittel – ein von der Bevölkerung oft zunächst sehr kritisch gesehenes Thema. Wir werden von unseren Besuchern gefragt, warum wir diese Mittel überhaupt brauchen. Die Menschen haben Angst vor möglichen Effekten auf Umwelt, Klima und Co. Wir versuchen, das Thema im Gesprächsverlauf in den Kontext zu rücken, in dem es tatsächlich passiert: Wir erklären, dass der Landwirt nur geringe Mengen eines Pflanzenschutzmittels braucht, die in eine kleine Pipette passen. Das Mittel wird mit Wasser verdünnt und möglichst gering dosiert ausgebracht. Solche Beispiele helfen vielen, das Vorgehen der Landwirte besser einzuordnen.

**XtraBlatt: Welche Tipps geben Sie Landwirten für die Kommunikation mit Verbrauchern?**

**Lea Fließ:** Wir empfehlen vor allen Dingen, authentisch zu sein, nicht über „die Landwirtschaft“ zu sprechen, sondern über den eigenen landwirtschaftlichen Betrieb, über die eigenen Herausforderungen, aber auch über das, was man besser machen möchte. Es ist immer sinnvoll, auch zuzugeben, dass einen selbst der eine oder andere Punkt in der Vergangenheit gestört hat. Landwirte können ruhig offen sagen: Ich bin froh, da weitergekommen zu sein. Sie sollten zeigen, dass sie auf dem Weg sind, dass sie dabei sicherlich nicht alles richtig machen, aber manche Situation auch nicht von heute auf morgen komplett verändern können. Und sie können benennen, was sie für den Weg zu bestimmten Lösungen brauchen, nämlich Unterstützung durch passende politische Rahmenbedingungen, aber auch durch die Bevölkerung. Denn ein Stallneubau kann ja auch an einer Bürgerinitiative scheitern. Das muss man immer und immer wieder erklären.

**XtraBlatt: Die Landwirte können den Kontakt zum Verbraucher ja auch selbst gestalten!**

**Lea Fließ:** Genau darauf weisen wir auch immer wieder hin. Wichtig ist es, den Gesprächspartnern auf Augenhöhe zu begegnen und nicht am Feldrand, auf dem Traktor sitzend, im wahrsten Sinne von oben herab zu sprechen. Hofbesitzer können auch proaktiv agieren und die Medien



bei wichtigen Themen selbst ansprechen, auf den Betrieb einladen oder bestimmte Punkte von sich aus eingehender erläutern.

**XtraBlatt: Wie machen Sie sich ein Bild von der Resonanz auf Ihre Aktionen?**

**Lea Fließ:** Das geschieht auf zwei Wegen. Zum einen sammeln wir die Reaktionen der Besucher vor Ort und schauen, was uns die Follower der Sozialen Medien schreiben. Zum anderen lassen wir Online-Umfragen durchführen. Aus den Ergebnissen dieser Umfragen leiten wir beispielsweise weitere Themen ab, die wir mit unseren Aktionen angehen sollten.

So kamen wir auch auf den Klimaschutz. Das ist auf der einen Seite ein sehr naheliegendes Thema. Auf der anderen Seite hat uns aber auch überrascht, dass die Umfrageteilnehmer die Landwirtschaft nicht als Hauptschuldigen sehen, sondern als Teil der Lösung. Schließlich haben wir mit dem Klimaklo eine Tour durch Berlin geplant. Es war uns wichtig, darauf hinzuweisen, dass die Landwirtschaft das Klimaproblem nicht alleine lösen kann. Bei diesem Thema konnten wir sehr gut mit der Bevölkerung in den Dialog gehen, denn die Menschen hatten bereits viel Verständnis.

**XtraBlatt: Wie sehen die Reaktionen der Bevölkerung konkret aus?**

**Lea Fließ:** Insgesamt werden unsere Aktivitäten sehr positiv gesehen. Die Menschen freuen sich, dass sie von uns konkrete Infos zum Thema bekommen. Dass sie direkt mit Landwirten sprechen können und dass wir Transparenz sowie

Authentizität bieten. Das heißt nicht, dass wir immer einer Meinung sind. Die Kritik, die wir hören, geben wir auch an unsere Mitglieder weiter, aber das ist nicht unser originärer Auftrag. Es ist wichtig, dass die Menschen ihre Kritik äußern und mit Landwirten darüber diskutieren können.

Es ist sehr selten, dass unsere AgrarScouts direkt angeschuldigt werden als Tierquäler oder Brunnenvergifter. Im Gegenteil, wir erfahren, wie gesagt, viel Verständnis für die Situation, in der Landwirte sind – mit steigenden Kosten und wirtschaftlichen Zwängen, bei all der Verantwortung, die sie beruflich tragen.

**XtraBlatt: Welche Erfahrungen macht das Forum in der Zusammenarbeit mit Medien?**

**Lea Fließ:** Ich war etwas überrascht vom Medienverständnis der Branche, als ich 2015 zum Forum Moderne Landwirtschaft kam. In vielen Medien wird leider viel Negatives über die Landwirtschaft berichtet, das kann man nicht anders sagen. Damit zu leben, ist für die Landwirte oft nicht einfach. Wir können ihnen durch unsere Aktionen aber auch zeigen, dass das Gros der Bevölkerung viel positiver denkt.

Natürlich müssen die Medien Dinge auch kritisch hinterfragen. Wir sehen uns an dieser Stelle auch in der Rolle der Erklärer. Unsere Aktion „Landwirt für einen Tag“ beispielsweise kommt immer wieder super an in der lokalen Presse. Und auch unser Innovationspreis wird gerne von den überregionalen Medien aufgegriffen. Hier gibt es gemeinschaftlich mit allen Akteuren aber noch viel zu tun.



**ErlebnisBauernhof auf der Grünen Woche: Die Besucher können Landwirtschaft hautnah begreifen und dank digitaler Tools auf 360° eintauchen ins Hofleben.**

**Wie es ist, als Landwirt den Alltag zu stemmen, erfahren Interessierte bei der sehr beliebten Aktion „Landwirt für einen Tag“. Und zwischendurch ist Zeit, im Gespräch Fragen zu klären.**

**» Mehr**

Hier weitere Infos zum Forum Moderne Landwirtschaft



[www.moderne-landwirtschaft.de](http://www.moderne-landwirtschaft.de)



„modernelandwirtschaft“



„Die moderne Landwirtschaft“





## PRODUKTION

# „Nachhaltigkeit gehört zur DNA eines Familienunternehmens.“

Um die Möglichkeiten zukünftiger Generationen nicht einzuschränken, ist nachhaltiges Handeln ein zentraler Faktor mit stark wachsender Bedeutung. Wie wird in der Krone-Gruppe mit diesem Thema umgegangen? Wir haben beim Nachhaltigkeitsmanager Philipp Sander nachgefragt.

**XtraBlatt:** Warum beschäftigt das Thema Nachhaltigkeit derzeit so viele Unternehmen?

**Philipp Sander:** Ein Grund ist, dass Banken, Kunden und Versicherungen zukünftig die Kreditbedingungen bzw. Auftragsvergaben an Nachhaltigkeitskriterien ausrichten. Wir lernen durch den Ukraine-Krieg aber auch, dass es nicht selbstverständlich ist, Energie und Rohstoffe beliebig auf Abruf zu einem günstigen Preis beziehen zu können. Deshalb muss darüber nachgedacht werden, sich unabhängiger zu machen. Gleichzeitig ist die Zufriedenheit der eigenen Belegschaft, insbesondere in Zeiten des Fachkräftemangels, Basis für einen langfristigen Unternehmenserfolg – auch das ist ein wichtiger Aspekt von Nachhaltigkeit.

**XtraBlatt:** Sie sind als Nachhaltigkeitsmanager in der Krone-Gruppe aktiv. Was genau ist Ihre Aufgabe?

**Philipp Sander:** Diese Frage bekomme ich häufig gestellt, und das kann ich auch nachvollziehen, weil der Begriff „nachhaltig“ momentan verstärkt und überall verwendet wird. Meine Hauptaufgabe besteht – kurzgefasst – darin, standortübergreifend die Nachhaltigkeitsaktivitäten der unterschiedlichen Abteilungen zusammenzuführen, um daraus eine gruppenweite Nachhaltigkeitsstrategie abzuleiten und umzusetzen. Über diese Aktivitäten werden wir zukünftig dann im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsberichtes informieren.

**XtraBlatt:** Was genau beinhaltet dieser Nachhaltigkeitsbericht und wie oft muss er aktualisiert werden?

**Philipp Sander:** In erster Linie ist die Krone-Gruppe aufgrund ihrer Größe gesetzlich dazu verpflichtet, ab dem Geschäftsjahr 2025/26 standortübergreifend einen belastbaren Nachhaltigkeitsbericht zu verfassen, der jährlich darüber Auskunft gibt, was wir in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung tun, um nachhaltig zu agieren. Konkret bedeutet dies, dass wir u. a. Angaben darüber machen müssen, wie viel CO<sub>2</sub> die Krone-Standorte als auch -Produkte verursachen, wie viel Abfall wir produzieren, wie hoch unser Wasserverbrauch ist, was wir im Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz der Mitarbeiter tun und wie wir z. B. gesetzliche Vorgaben in Bezug auf die Einhaltung von Menschenrechten und die Vermeidung von Kinderarbeit entlang unserer Lieferketten umsetzen.



### » Zur Person

**Philipp Sander** ist 29 Jahre alt und hat zum Schwerpunkt Energiewirtschaft an der Hochschule Osnabrück seinen Master absolviert. Seit dem 01.08.2022 ist er Nachhaltigkeitsmanager der Krone-Gruppe.





Zur Nachhaltigkeitsstrategie zählt bei Krone auch die Nutzung eigener Flächen zur regenerativen Stromerzeugung.

**XtraBlatt:** Welche Schnittstellen haben Sie zu anderen Tätigkeitsbereichen innerhalb der Krone-Gruppe?

**Philipp Sander:** Wir haben Krone-intern ein Nachhaltigkeitsteam gegründet, welches im Kern aus unserer Leiterin des Bereichs Compliance (u. a. zur Prüfung der Rechtskonformität, Integrität und Geschäftsethik aller Aktivitäten eines Unternehmens), dem Leiter der Personalabteilung sowie einem Vorstandsassistenten besteht, um die drei Themenbereiche des Nachhaltigkeitsberichts bestmöglich abzubilden. Der Schwerpunkt meines Tagesgeschäfts liegt dabei zurzeit auf den umweltrelevanten Themen der Krone-Gruppe, daher bin ich in Bezug auf die Landtechnik-Sparte in engem Austausch mit den Energie- und Umweltbeauftragten unserer Standorte. Darüber hinaus arbeite ich jedoch auch eng mit unserer Abteilung Konzernstrategie, dem Marketing und dem Einkauf zusammen, da es hier viele Schnittmengen gibt. Spannend ist zudem die Sichtung von Start-ups mit unserem Beteiligungsmanagement. Stets mit der „Nachhaltigkeitsbrille“...



Auch Themen wie Arbeitssicherheit, Gesundheitsvorsorge oder Vereinbarkeit von Beruf und Familie gelten als wichtige Handlungsfelder in Sachen Nachhaltigkeit.

Ab Sommer 2023 werden wir im ersten Schritt standortübergreifend PV-Anlagen mit einer Gesamtleistung von ca. 5,5 MWp in Betrieb haben.

**Philipp Sander, Nachhaltigkeitsmanager**

**XtraBlatt:** Ist Krone als Auftraggeber auch verantwortlich für die Einhaltung nachhaltiger Produktion bei Zulieferern? Wenn ja: Wie lässt sich dies kontrollieren?

**Philipp Sander:** Ja, aber das geht nur gemeinsam, und das haben wir auch bei unserem kürzlich durchgeführten Lieferantentag betont. Wir haben den Vorteil, dass ein Großteil unserer Lieferanten aus Deutschland stammt und somit die Einhaltung geltender Standards in Bezug auf die Achtung von Menschenrechten und Arbeitsbedingungen gegeben ist. Hinsichtlich des Einsatzes kritischer Rohstoffe und der ressourcenschonenden Produktion möchten wir unsere Lieferanten jedoch frühzeitig auf kommende Anforderungen vorbereiten und sie auch auf diesem Weg unterstützen. Insbesondere in den Warengruppen, die für uns eine große Bedeutung haben, suchen wir daher gezielt den persönlichen

Austausch, um uns gegenseitig über die Anforderungen und Herausforderungen zu informieren. Bei „kritischen“ Lieferanten wird es zukünftig aber sicherlich auch Vor-Ort-Auditierungen geben. Ich möchte jedoch ebenso betonen, dass insbesondere eine nachhaltige Grundstoffindustrie, wie z. B. die Stahlherstellung, einen großen Beitrag für nachhaltige Krone-Produkte leisten kann. Hier sind wir zusätzlich auf politische Unterstützung angewiesen, damit die Produktion in Deutschland erhalten bleibt und dabei unterstützt wird, sich auf die steigenden Anforderungen einzustellen.

**XtraBlatt:** Inwiefern sieht sich Krone in der Pflicht, auch die Vertriebspartner zum nachhaltigen Wirtschaften anzuhalten?

**Philipp Sander:** Ich würde es eher so formulieren, dass wir in der Pflicht stehen, auf unsere Vertriebspartner zuzugehen und gemeinsame Lösungen zu entwickeln, um die Anforderungen der Lohnunternehmer und Landwirte frühzeitig in unserer Produktentwicklung zu berücksichtigen. Die Landwirtschaft steht vor der großen Herausforderung, immer mehr Menschen bei gleichbleibender Fläche zu ernähren. Das funktioniert nur durch technologisch und qualitativ hochwertige Landmaschinen, die möglichst effizient eingesetzt werden. Am Ende des Tages ist damit aus Nachhaltigkeitssicht die Vermeidung von Bodenverdichtung und die Unterstützung durch digitale Prozesse anzustreben. Wenn wir es dann auch noch schaffen, unsere Maschinen möglichst klimafreundlich zu produzieren, kann viel erreicht werden.

**XtraBlatt:** Was unternimmt Krone, um z. B. im Bereich Energie unabhängiger und nachhaltiger zu werden?

**Philipp Sander:** Neben der Berücksichtigung von Energieeffizienzkriterien bei Neu- und Ersatzinvestitionen besteht ein großer Hebel in der Energieversorgung unserer Werke. Hierbei priorisieren wir nach folgender Reihenfolge: Nutzung eigener Flächen zur Stromerzeugung, Analyse regionaler Partner zur Nutzung regenerativer Energien, Analyse und Beteiligung an überregionalen Projekten (sog. PPA-Projekte). Ab Sommer 2023 werden wir im ersten Schritt standortübergreifend PV-Anlagen mit einer Gesamtleistung von ca. 5,5 MWp in Betrieb haben. Die langfristige Herausforderung besteht darin, den Strombezug zu windstillen Zeiten in der Nacht regenerativ zu gestalten sowie das Erdgas, welches wir zum Beispiel in der Farbgebung einsetzen, zu substituieren. Hier bleibt abzuwarten, welche Alternativen sich in den kommenden Jahren in diesem hochvolatilen Marktumfeld als wirtschaftlich erweisen.

**XtraBlatt:** Wie wird sich der Bereich Nachhaltigkeit in der Krone-Gruppe Ihrer Meinung nach perspektivisch entwickeln?

**Philipp Sander:** Grundsätzlich denke ich, dass das Thema Nachhaltigkeit seit jeher zur DNA eines Familienunternehmens gehört, da schon immer an die nächste Generation gedacht und weitblickend gehandelt wurde. Richtig ist aber ebenso, dass dieses Thema in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat. Im Kern werden in Zukunft weiterhin zwei Themen für den Unternehmenserfolg entscheidend sein: Die Zufriedenheit unserer Kunden – somit die Qualität und der Preis unserer Produkte – und die Motivation des Personals.

Beim ersten Thema sehe ich aus Nachhaltigkeits-sicht vor allem die Themen Ressourceneffizienz, Reparaturfähigkeit und Recycling als langfristige Erfolgsfaktoren. Das fängt übrigens schon bei der Produktentwicklung an. Wenn die politischen Rahmenbedingungen geschaffen werden, sehe ich aber auch Themen wie die Nutzung von Windkraft und Wasserstoff perspektivisch als großen Standortvorteil für unsere emsländischen Produktionsstätten. In Bezug auf die Motivation der eigenen Mitarbeiter hingegen stehen neben einer fairen Entlohnung Themen wie Arbeitssicherheit, Gesundheitsvorsorge als auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie als wichtige Handlungsfelder im Vordergrund. «



Im Nachhaltigkeitsbericht muss ab 2025 u. a. transparent dargestellt werden, wie viel CO<sub>2</sub> die Krone-Standorte als auch -Produkte verursachen, wie viel Abfall produziert wird und wie hoch der Wasserverbrauch ist.





# PRESST DU SCHON DAS STROH?

#kroneagriculture



## Präzise und effizient!

### KRONE VARIPACK – DIE MASCHINE FÜR JEDERMANN

Einfache Technik, hohe Durchsätze und Pressdichten sowie eine komfortable Bedienung zeichnen die KRONE VariPack vollends aus. Mit der kurvenlosen EasyFlow Pick-up lässt sich das Futter sauber und gleichmäßig aufnehmen.

**Bist Du bereit für ein perfektes Ernteergebnis?**

### VariPack

V 165 | V 190 | V 165 XC | V 190 XC

**KRONE**