

„Akzeptanz für Online-Käufe steigt“

E-Farm-Geschäftsführer **Dr. Nicolas Lohr** sieht im Gebrauchtmaschinenhandel Chancen für mehr gute Geschäfte

Die Corona-Krise beschleunigt digitale Geschäftsprozesse. E-Farm will den Aufwind nutzen. Der Gründer und Geschäftsführer des Unternehmens schildert die Wachstumspläne.

agrarzeitung: Was macht E-Farm so interessant für Investoren?

Nicolas Lohr: Hinter unserem Geschäftsprinzip steckt die länderübergreifende Vernetzung von Landwirten, Lohnunternehmern und Landmaschinenhändlern mit dem klaren Fokus auf Gebrauchtmaschinengeschäfte. Noch vor wenigen Jahren endete die Suche eines Landwirtes bei seinen Händlern im Einzugsgebiet von rund 50 Kilometern. Wenn bei keinem von ihnen das gesuchte Modell auf dem Hof stand, dann war es das halt. Bei uns geht es dann erst richtig los. Wenn das auf viele europäische Länder ausgeweitete Angebot wächst, steigt die Chance sowohl für die Verkäufer als auch die Käufer, ein gutes Geschäft zu machen.

Wofür benötigt E-Farm frisches Kapital?

Sowohl das Marketing als auch die Entwicklung von IT-Lösungen verschlingt jede Menge Kapital. Mittelfristig wollen wir mit E-Farm eine dreistellige Millionensumme als Handelsvolumen erreichen. Die Coronakrise hat die Akzeptanz unter Landwirten für Online-Käufe substantiell erhöht, was eine enorme Chance bietet.

Hintergrund E-Farm

Dr. Nicolas Lohr hat 2015 in Hamburg das Start-up E-Farm gegründet, das sich auf den internationalen Verkauf von Gebrauchtmaschinen europäischer Vertragshändler spezialisiert. Mittlerweile sollen bereits über 850 Vertragshändler aller Marken mit E-Farm zusammenarbeiten. Seit 2019 ist Claas als Minderheitsgesellschafter beteiligt. Im Herbst 2020 konnte E-Farm eine zweite Finanzierungsrunde über 4,5 Mio. € abschließen. Zu dieser Investorengruppe gehörte erneut Claas. *dd*

Wer außer Claas gehört zu den Investoren?

Die letzte Finanzierungsrunde über 4,5 Millionen Euro wurde vom schwedischen Risikokapitalgeber Wit Ventures angeführt. Als Erstinvestor weiterhin an Bord ist das Hamburger Handelsunternehmen Cremer. Das erneute Investment von Claas ist für uns im Übrigen eine tolle Bestätigung des Geschäftsmodells. Der Hersteller hat 2020 seine Vertriebspartner in ganz Europa eingebunden, sodass sich die Umsätze mit den Claas-Händlern verzehnfacht haben. Aber natürlich agieren wir mit der Plattform weiterhin absolut unabhängig, was die enge Zusammenarbeit mit vielen europäischen Herstellern belegt.

Wie funktioniert Ihr Geschäftsmodell?

Ein Kaufinteressent nimmt Kontakt zu uns auf. Wir präsentieren ihm eine Maschine und empfehlen ihm, sie durch die Dekra im Vorfeld inspizieren zu lassen. Dafür zahlt er 299 Euro und wir reservieren die Maschine beim Händler. Entscheidet sich der Kunde zum Kauf, kann er per Vorkasse oder auf Rechnung bezahlen, woraufhin der Partnerhändler den vereinbarten Preis für die Maschine erhält. Entgegen den Anfängen kaufen wir heute im Kundenauftrag die Maschine beim Händler zum Exportpreis ein und übernehmen im Gegenzug alle Transaktionsrisiken. Wir kümmern uns um den Kundenkontakt und den gesamten Ablauf bis hin zur Transportabwicklung und verkaufen die Maschine in unserem Namen.

Ihr Gewinnmodell basiert also auf der Spanne zwischen An- und Verkauf?

Gestartet sind wir seinerzeit mit einem Kommissionsansatz. Inzwischen erzielen wir unsere Marge zum einen durch den Einkauf der Maschinen und zum anderen mit Zusatzservices wie den Transport oder die sichere Zahlung. Mittlerweile bringen wir jeden Monat über zehn Maschinen in Märkte wie Griechenland oder Spanien – von den Volumenvorteilen allein beim Transport profitieren unsere Kunden ebenfalls.

Wie generieren Sie die Kaufinteressenten?



Eine Prüfung durch die Dekra bietet den Käufern mehr Sicherheit.

FOTOS: DEKRA/PRIVAT

Unser Vertrieb funktioniert crossmedial. Zu unseren Kanälen gehören die bekannten Landtechnik-Börsen. Natürlich betreiben wir auch eine eigene Webseite. Eine wichtige Plattform unter den Social-Media-Kanälen ist Facebook, wo uns bereits 175.000 Fans mit Landtechnikinteresse folgen. Nicht zu unterschätzen ist aber weiterhin die klassische Mund-zu-Mund-Propaganda. Und der persönliche Kontakt zu den Händlern und Kunden über den Kanal Telefon und sporadische Besuche sind nach wie vor unerlässlich.

Welche strukturellen Marktveränderungen erwarten Sie?

Der allgegenwärtige Trend vom Kauf zur Nutzung wird auch in der Landtechnik Einzug halten. Daher werden Hersteller, Händler und Leasing-Firmen gleichermaßen gefordert sein, adäquate Produkte wie operatives Leasing am Markt zu platzieren. Dazu braucht man Kompetenz beim Abverkauf der Maschinen-Rückläufer und der Restwertprognose. Beide Kompetenzen besitzt E-Farm, sodass wir dem Trend positiv gegenüberstehen.

Welche weiteren Online-Trends stellen Sie fest?

Sicher wird auch das Neumaschinengeschäft digitaler. Im ersten Schritt mit der digitalen Geschäftsanbahnung, aber perspektivisch auch beim eigentlichen Kauf der Neumaschine. Das wird mit einfachen Maschinen beginnen, aber sicher dort nicht stoppen. Insbesondere kleinere Hersteller ohne starkes Händlernetz werden solche Chancen nutzen.

Wann wird E-Farm profitabel am Markt agieren?

Jedes Unternehmen hat das Ziel, profitabel zu wirtschaften. Gleichzeitig ist es als Start-up aber auch völlig legitim, Wachstum zunächst vor Profitabilität zu stellen. Allein in diesem März haben wir Händlerbestände im Wert von über drei Millionen Euro reduziert, was einem Wachstum von 200 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Wenn die Reise so weitergeht, wird sich automatisch die Profitabilität einstellen.

INTERVIEW: DIETER DÄNZER

Hilfreiches Feedback zu Stärken und Schwächen

Den Award „Top Retailer – Landtechnik 2021“ nutzt die Baywa Technik Spartenregion Franken für die Weiterentwicklung

BAMBERG. Leistungen der Fachbetriebe rund um Landtechnik würdigen die agrarzeitung (az), dfv Mediengruppe, und der New Ideas Think Tank (NITT) mit dem neuen Award „Top Retailer – Landtechnik 2021“. Als erster Preisträger hat sich zunächst bei einer virtuellen Verleihung auf dem „Forum agrarzeitung“ im Dezember die Baywa Technik Spartenregion Franken qualifiziert. Spartengeschäftsführer Günter Schuster konnte kürzlich mit seinem Team bei einer Feierstunde in Bamberg den Preis auch persönlich entgegennehmen. Zur Spartenregion zählen 39 Landtechnik-Standorte mit insgesamt 750 Mitarbeiter:innen. Für 2019 wird ein Technikumsatz von etwa 223 Mio. € ausgewiesen. Im Jahr 2020 sei mit dem Hauptlieferanten Fendt erstmals die 100-Millionen-Umsatzhürde übersprun-

gen worden, berichtet Schuster.

„Als teilnehmender Betrieb erhält man ein ausführliches Feedback zu

 Es wurde uns genau aufgezeigt, wo wir die Hebel ansetzen müssen.“

Günter Schuster

individuellen Stärken und Schwächen“, beschrieb Schuster den Nutzen der Beteiligung. Gerade die Hinweise auf Schwachstellen seien ein Ansporn für Verbesserungen. „Es wurde uns genau auf-



gezeigt, wo wir die Hebel im Unternehmen ansetzen müssen“, so der Geschäftsführer weiter. Und selbst für ihn als „alten Hasen“ sei es schön, ständig dazulernen zu können.

NITT-Geschäftsführer Ilja Führer erläuterte, dass weniger die Bewertung anhand von Kennzahlen wie Umsätze, Erträge oder Marktdurchdringung im Fokus stünden. Er basiere vielmehr auf der Nutzung eines wissenschaftlichen Diagnostiktools über 16 Vertriebsdimensionen. Unter anderem würden Strategien zur Personalgewinnung, eine klare Definition von Vertriebsgebieten, Serviceorientierung, Professionalität des Kundenmanagements evaluiert. Thomas Wulff,

Verlagsleiter für die Agrarmedien im dfv, betonte: „Der künftig jährlich verliehene Award ist ein Qualitätssiegel für den Vertrieb von

Landtechnik – schließlich zeigt er die Wettbewerbs- und Leistungsfähigkeit einer Vertriebsorganisation auf.“ *Text/Foto: az*

Mit Biostimulanzien stressfrei durch die Saison!



Verbessern Sie Erträge und Qualitäten Ihrer Kulturen!

Tel.: 0511 64666490
info@biolchim.de
www.biolchim.de



Biolchim
Wir verstehen Pflanzen