



**LVD Krone ist Dekadensieger beim Service-Award |** Eine intensive Vernetzung von Kunden und Fachbetrieb ist das Ziel bei der LVD Bernard Krone GmbH und weitreichende Mitarbeiter-Spezialisierung ist der Weg dahin. Das gilt nicht nur mit Blick auf die Technik, sondern ebenso in der Serviceberatung.



# Spezialisten an die Front

**D**ekadensieger beim Service-Award der AGRARTECHNIK – wer wie die LVD Bernard Krone GmbH diesen Titel erringt, hat nicht nur konstante Top-Leistungen im Wettbewerb unter Beweis gestellt, sondern stets auch den Finger dicht am Puls des Marktes. Insofern können Dorothee Renzelmann (geschäftsführende Gesellschafterin des Unternehmens) und Geschäftsführer Ludger Gude aus eigenem Erleben die tief greifenden Veränderungen bestens einschätzen, die ihr Unternehmen und die Branche generell während dieser Phase vollzogen haben. Dazu gehört für beide eindeutig die Tatsache, dass Leistung und Qualität im Service eine immer größere Bedeutung bei Kundenentscheidungen für ein bestimmtes Fabrikat haben. Gleichbedeutend damit ist, wie der jeweilige Fachbetrieb diesen Anforderungen gerecht wird. Eine Konsequenz dessen ist unter anderem die laufende Erweiterung des Mitarbeiterstamms, um das Leistungsportfolio in der Fläche schlagkräftig darstellen zu können. So ist bei LVD Krone das Team zwischen 2001 und 2011 um 110 auf derzeit 245 Mitarbeiter gewachsen. Eine Ursache dessen war sicher die Erweiterung des Verantwortungsgebietes auf nunmehr drei Regionen mit insgesamt 15 Standorten,



Die LVD Krone GmbH stets auf dem neuesten Stand zu halten, gilt auch im Internet: Kürzlich präsentierten Dorothee Renzelmann und Ludger Gude stolz ihre neue Homepage.

wie zuletzt der Standort Melle. „Aber auch die Teamstärken in den einzelnen Filialen an sich sind kontinuierlich gewachsen“, wie Dorothee Renzelmann hinzufügt. Neben dem quantitativen Aspekt spielt jedoch der qualitative eine noch viel größere Rolle. Denn die Anforderungen an die Mitarbeiter sind im Laufe dieser Dekade enorm gestiegen, wie die beiden Geschäftsführer bestätigen. Dies gilt im Verkauf ebenso wie im Service. Treibende Kraft ist dabei sicher die rasante technische Entwicklung, von der Antriebs- bis hin zur Steuerungstechnik

inklusive AMS. „Der Aufwand für Aus- und Weiterbildung ist enorm und liegt ein Mehrfaches über dem, was noch Anfang des Jahrtausends notwendig war. Pro Jahr geben wir allein dafür rund 100 000 Euro aus, mit deutlich steigender Tendenz. Denn das Ausmaß der notwendigen Spezialisierung hat noch lange nicht das Ende der Fahnenstange erreicht. Das haben uns die Neuheiten der diesjährigen Agritechnica wieder sehr plastisch vor Augen geführt. Mechatronik und Elektronik werden die Herausforderungen sein, denen wir uns künftig massiv stellen müssen“, unterstreicht Ludger Gude.

## Neubauprojekte geplant

Der Geschäftsführer bringt darüber hinaus einen weiteren wichtigen Aspekt in die Diskussion ein: Die Investitionen in die jeweiligen Standorte, sei es nun bezüglich der Immobilien oder der technischen Ausstattung. Schrittweise werden und werden die Filialen modernisiert, oft sogar neu gebaut, wie zuletzt in Zorbau und Nortrup. Im Vertriebsgebiet Nord soll im so genannten Klützer Winkel 2012 ein zusätzlicher neuer Standort entstehen. Außerdem ist für die bisher gemietete Immobilie in Mölln ein eigener Neubau geplant, dies allerdings für 2013. Und auch im Emsland sollen die





Marktgerechte Service- und Wartungsangebote sowie deren offensive Vermarktung sorgen für sehr gute Werkstattauslastung.



Insgesamt ist LVD Krone neben dem Hauptsitz in Spelle (Foto) mit zusätzlich 14 Standorten in drei Vertriebsgebieten aktiv.



Die Beratung hat bei LVD einen hohen Stellenwert. Zusätzliche Kundendienstberater sollen das Leistungspaket noch intensiver vermitteln.

Architekten in der näheren Zukunft nicht arbeitslos werden, wie Ludger Gude anmerkt.

Eine ebenso spannende Herausforderung bleibt es nach Einschätzung der beiden Geschäftsführer branchenweit, für diesen Aufwand ein ausreichendes „return of invest“ zu bekommen. Mit dem Anheben des allgemeinen Verrechnungssatzes allein sei dies vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation kaum zu bewerkstelligen, sind sich beide sicher. Unbestreitbar sei zwar die Marschrichtung einer „6“ als erster Zahl des Verrechnungssatzes, aber ebenso sinnvoll erachten sie es, unterschiedliche Leistungen differenziert zu berechnen, etwa durch Zuschläge für bestimmte Arbeiten und/oder den Einsatz hochwertiger Diagnosetechnik.

#### 20-Prozent-Ziel bei Serviceverträgen

Für den Erhalt der hohen Leistungsfähigkeit durch entsprechende Ertragskraft im Service sieht Dorothee Renzelmann darüber hinaus in der aktiven Vermarktung von Service-Leistungen eine Zukunftsbaustelle. Auf diesem Weg

ist LVD Krone bereits ein sehr gutes Stück vorangekommen. Die breite Klaviatur der Angebote setzt vor allem auf Aktionen im Winter. Dies beginnt mit Waschaktionen und Nacherntechecks für Erntemaschinen sowie den so genannten Winterinspektionen inklusive Ölwechsel zum Festpreis für Traktoren. Umbauprogramme für Häcksler von Mais auf Gras inklusive Reinigung und Reparaturvorschlägen setzen die Reihe fort. Diese und ähnliche Angebote sorgen für sehr gute Auslastung der Werkstätten, mit einem Anteil extern verkaufter Stunden von deutlich über 50 Prozent. Rechnet man die intern verkauften Stunden hinzu, marschiert der Anteil produktiver Stunden auf die Marke von 90 Prozent zu.

Immer deutlicher tragen auch die verschiedenen Service- und Wartungsvereinbarungen zur Werkstattauslastung bei, die unter dem Oberbegriff PowerGard seitens John Deere entwickelt wurden. Diese sind modulartig und grundsätzlich recht marktorientiert konzipiert, so Ludger Gude weiter. Die Vermarktung ist übrigens bei LVD im Service

angesiedelt, nicht im Neumaschinenverkauf.

Der Anteil neuer Traktoren und Erntemaschinen mit einer derartigen Servicevereinbarung steuert bereits auf die 20-Prozent-Marke zu, wie sie hinzufügt. Interessant dabei ist: Entgegen der landläufigen Erwartung zeigen die bisherigen LVD-Erfahrungen, dass diese Produkte im Emsland zurzeit besser zu vermarkten sind als in Nord- und Ostdeutschland. „Dies liegt allerdings auch an der besonderen Situation, dass wir hier in Spelle einen Mitarbeiter haben, der darauf spezialisiert ist und im Markt eine sehr gute Trefferquote erreicht“, erklärt die Firmeninhaberin und fügt abschließend hinzu: „Aus diesem Grund soll demnächst ein weiterer Kundendienstberater in diese Richtung qualifiziert werden. Denn auch hier setzt sich der Trend zur Spezialisierung fort. Und wenn die Möglichkeiten des neuen, GPS-gestützten Diagnosesystems Service Advisor Remote in der Praxis zu greifen beginnen, eröffnen sich über Telemetrie und Flottenmanagement ohnehin völlig neue Service-Ansätze – für Fachbetriebe wie Kunden gleichermaßen.“