

# Durch Strategie zum Erfolg

## Reise-Landtechnik setzt auf mehr Service

Innerhalb der Vertriebsstrukturen beim Handel von Landmaschinen tritt die Leistung kleiner und mittlerer Fachhändler oft in den Hintergrund. Das Beispiel Reise-Landtechnik zeigt, wie eine gut durchdachte Strategie mittelfristig zu Umsatz-, Gewinn- und Marktanteilssteigerung führen kann.



Fabian Reise ist momentan noch Verkaufsberater und wird demnächst in die Geschäftsführung mit eintreten und die Vertriebsverantwortung übernehmen.

Voraussetzung dafür lieferten im vorliegenden Fall solide Fachkenntnisse, Beschränkung des Angebots und Kontinuität in der Unternehmensführung, nicht zuletzt durch rechtzeitige Nachfolgeregelung. Antonius Reise, heute 54, gelernter Landmaschinenmechaniker, machte sich 1983 als Landmaschinenmeister selbständig. Sein technisches Verständnis und sein handwerkliches Geschick öffneten ihm später die Tür zum Handel. Sein erster Lehrling, Andreas Willenbrink, ist noch heute bei ihm tätig und jetzt für den kompletten

und verantwortet somit eine wichtige Schaltstelle im Betrieb. Fabian Reise, einer der Zwillinge, hat sich beruflich auf zwei Beine gestellt: Er folgte seinem Vater durch Ausbildung zum Landmaschinenmechaniker und schloss ein duales Studium der Betriebswirtschaft mit Fachrichtung Handwerk an. Nach außen nennt er sich bescheiden Verkaufsberater, obwohl er sich zum Jungunternehmer und zur rechten Hand seines Vaters entwickelt hat. Beide ergänzen sich gut. Antonius Reise leitet und verantwortet als Geschäftsführer den Betrieb. Fabian pflegt die vorhandenen Kundenkontakte und hält draußen in seinem Verkaufsgebiet die Verbindung zu künftigen Kunden, ebenso leitet er das Marketing und nützt dabei alle verfügbaren, modernen Kommunikationsmittel. Das Dreierbündnis im Unternehmen, Vater, Mutter, Sohn hat sich durch klare Funktionsabgrenzung bewährt. So war folgerichtig klar, dass der Junior als Interviewpartner für

nötigen und sind autark in Verkaufsberatung, Maschinen- und Ersatzteillieferungen sowie im Service. Es war nur eine Frage der Zeit, bis wir von Case als Werkschändler anerkannt wurden. Dabei ging es uns nicht um den Status. Wir haben die Direktpartnerschaft vor allem angestrebt, um spürbar weiter wachsen zu können.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Was hat sich für Sie und bei Case danach geändert?

**Fabian Reise:** Unsere Bezugsbedingungen haben sich verbessert, dadurch sind wir wettbewerbsfähiger geworden. Als Gegenleistung müssen wir den Absatz- und Auftragserwartungen des Herstellers gerecht werden. Für den anvisierten Umsatzzuwachs brauchten wir schrittweise mehr Kapital. Jetzt machen sich unsere solide Bilanzpolitik und die gute Klassifizierung bei der Hausbank bemerkbar. Als vorteilhaft erwies sich der schon vorher vorhandene Kontakt zum Hersteller und dem Case-Außendienstmitarbeiter im Vertrieb. Als A-Händler erhalten wir nun alle Informationen direkt und zügig. Die Folge: Wir sind im Markt beweglicher und schneller geworden, ein wichtiger Faktor bei der zunehmenden Härte des Konkurrenzkampfes.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Nach welchen Kriterien haben Sie Ihr Verkaufsprogramm ausgewählt? Sie konzentrieren sich offensichtlich auf Schlepper, Futterernte- und Sämaschinen sowie Pflanzenschutzgeräte.

**Fabian Reise:** Der Schlepper ist nach wie vor die Schlüsselmaschine für den Kunden. Case-IH & Steyr Traktoren nehmen etwa ein Drittel des Umsatzes bei uns ein. Das breit gefächerte Verkaufsprogramm deckt alle Kundenwünsche vom Nebenerwerbslandwirt bis zum Lohnunternehmer. Durch die Nähe zu Claas Harsewinkel haben wir von Anbeginn keine Mähdescher verkauft. Diese Beschränkung schützt uns vor personalintensiven, saisonalen Belastungen im Service und in der Werkstatt.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Ihre Bindung zu Kverneland geht auf die Pflüge zurück. Wie passt das weitere Programm inklusive der Bodenbearbeitung zu Ihnen?

**Fabian Reise:** Bei Kverneland profitieren wir von dem breiten Angebot in Futterernte, Einzelkorn- und Drillsaat, Bodenbearbeitung sowie der Werksnähe zu Soest, zumal wir schon zuvor Sämaschinen von Accord verkauft hatten.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Von welchem Hersteller beziehen Sie die Pflanzenschutztechnik?

**Fabian Reise:** Unser Lieferant ist die Inuma GmbH aus Aschara in Thüringen. Das Unternehmen hat sich nach der Wende rasch zu einem namhaften Spezialisten entwickelt und beschäftigt inzwischen über 90 Mitarbeiter. Wir beziehen von dort das komplette Programm der Anhänger-, Aufbauspritzten und Selbstfahrer. Dieser Produktbereich ist besonders

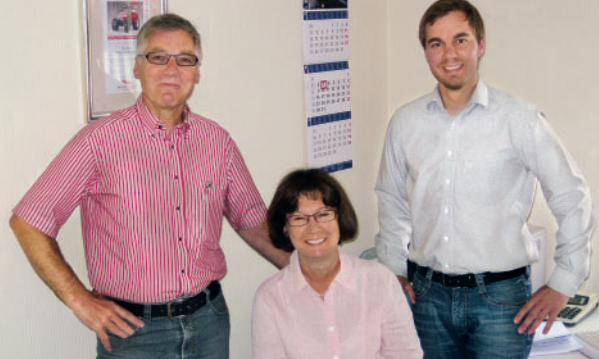


Servicebereich verantwortlich. Die Fähigkeit Menschen zu führen, an sich zu binden und Kontinuität im Handeln gehören zum Erfolgsrezept von Antonius Reise. Behutsam entstand in Lippetal, Westfalen, sein kleines Imperium, das in mehr als 25 Jahren auf 21 Mitarbeiter gewachsen ist. Zusammen mit seiner Frau Mechthild hat er inzwischen zwei Söhne und eine Tochter. Mechthild Reise leitete von Anbeginn die Buchhaltung

das nachfolgende Gespräch zur Verfügung stehen würde.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Herr Reise, was hat Sie bewegt, den Schritt zum A-Händler von Case vorzubereiten und die Vertriebsverantwortung im Unternehmen Ihres Vaters zu übernehmen?

**Fabian Reise:** Wir bieten als Landmaschinenhändler unseren Kunden alle Dienstleistungen, die sie zum Einsatz ihrer Maschinen be-



**Erfolgreiches Dreigestirn: Firmengründer Antonius Reise (li.) mit Frau Mechthild und Sohn Fabian**



**21 Mitarbeiter umfasst die Belegschaft bei Reise. Jeder hat eine klar umrissene Verantwortung. Anregungen aus dem Tagesgeschäft tragen zum Betriebserfolg bei.**

Fotos: Felmy

serviceintensiv. Verkauf, Kunden- und Ersatzteildienst liegen daher bei uns in einer Hand. Die Gesamtverantwortung hierfür als Bereichsleiter trägt Ludger Nordhues.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Sie werben im Netz mit dem Stichwort „Mehr Service“. Handelt es sich hier um einen Werbegag oder was steckt tatsächlich dahinter?

**Fabian Reise:** Als bisheriger B-Händler konnten wir uns nur durch besseren Kunden- und Ersatzteildienst vom Wettbewerb unterscheiden, einem bedeutenden Anliegen meines Vaters. Wir wissen, wie wichtig Kunden- und Kundenakzeptanz sind. Sie schaffen Vertrauen, bieten Kundenzufriedenheit und Kontinuität in der Geschäftsbeziehung, wesentliche Faktoren für eine faire, lang anhaltende Partnerschaft. Da der Kunde mit seinen Maschinen und Geräten Geld verdienen muss, geht es ihm um Flexibilität, Sachverstand und Zuverlässigkeit seines Händlers. Das war die Ausgangsbasis im Service.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Wie stellen Sie in Ihrem Unternehmen einen reibungslosen Ablauf in dem so wichtigen Servicebereich sicher?

**Fabian Reise:** Das beginnt mit unserer zentralen Schaltstelle der Telefonzentrale. Generell leitet eine erfahrene Mitarbeiterin den Anrufer weiter. Geht es um Fragen von Auslieferung oder Verkauf, ist der Innendienstleiter Verkauf Klaus Kaiser zuständig. Die Beantwortung technischer Fragen übernimmt der Servicemeister, Andreas Willenbrink, dem auch die Werkstatt untersteht. Dort agiert Jürgen Wirth, der darüberhinaus Lehrlingsausbildung und Weiterbildung verantwortet.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Welche Regelungen und Vorkehrungen gibt es bei Ihnen

in der Erntezeit, wenn die Nerven von allen Beteiligten blank liegen?

**Fabian Reise:** Wir sind professionell darauf eingestellt, dass wir nicht nur in dieser Zeit alle Servicewünsche unserer Kunden unverzüglich erfüllen, sondern garantieren das durch unseren 24-Stunden-Notdienst während der Gesamtdauer des Jahres: Ab 18 Uhr erreichen unsere Partner je einen Kundendienstmitarbeiter der Geschäftsbereiche Traktoren, Saat und Futterernte sowie Pflanzenschutz, Ersatzteilversorgung inbegriffen. Manche Fragen lassen sich im Gespräch klären. Nicht verfügbare Ersatzteile sind innerhalb von 24 Stunden lieferbar. Das Know-how der gut geschulten Kundendienstmitarbeiter ermöglicht schnelle Hilfe. Diese Botschaft wandert in Windeseile von Mund zu Mund und trägt zur Imagebildung bei.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Zurück zu „Mehr Service“. Sie nutzen offensichtlich die vielfältigen Möglichkeiten der Internet-Kommunikation, die Ihnen Ihr Firmenauftritt im Netz bietet. Welches sind hier Ihre Schwerpunkte?

**Fabian Reise:** Zum Service im weiteren Sinne gehören bei uns interessante Gebrauchtmaschinen-Angebote im Netz auf einer gut strukturierten, schnell überschaubaren Internet-Firmenseite, sie wird ständig durch mich aktualisiert. Dazu zählen auch Einladungen zu verkaufsfördernden Veranstaltungen. So machen wir unser Unternehmen und unser aktuelles Verkaufsprogramm im Detail bekannt und finden immer wieder neue Wege, Kontaktgespräche mit vorhandenen und potenziellen Kunden zu führen.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Wenn ich sie richtig verstanden habe, ist Reise-Landtechnik jetzt generell A-Händler, nicht nur bei Case-IH/Steyr. Was würden Sie sich zur Verbesserung der Geschäftsbeziehungen mit Ihren Lieferanten wünschen?

**Fabian Reise:** Ihre Annahme trifft zu, wir beziehen jetzt bei all unseren Partnern im Vertrieb die Produkte direkt. Die Zusammenarbeit mit diesen drei Firmen ist im Hinblick auf Lieferfähigkeit, Abwicklung, Kommunikation und Win-Win Situation unterschiedlich. Ich würde mir daher wünschen, dass die Beziehungen zwischen Hersteller und Vertriebspartner durch eine neutrale Händler- und Kundenbefragung in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess münden. Dabei denke ich zum Beispiel an die für einen mittleren Handelsbetrieb viel zu komplizierten, zeitraubenden herstellerbezogenen Softwareprogramme, die in aller Regel mit den Softwareprogrammen ihrer Vertriebspartner nicht kompatibel sind und ineffizienten Mehraufwand zur Folge haben.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Die bildliche Darstellung aller Mitarbeiter, mit ihrer jeweiligen Betriebszugehörigkeitsdauer im Empfangsraum, zeigt den Besuchern die Wertschätzung dieser Menschen aus der Sicht des Unternehmens. Stehen die hier arbeitenden Menschen bei Reise tatsächlich im Vordergrund, und wie funktioniert das in der rauen Alltagspraxis?

**Fabian Reise:** Wir nehmen Anregungen unserer Mitarbeiter

aus dem Tagesgeschäft ernst und lassen ihnen einen erkennbaren Spielraum zum Handeln. Die Ausgangsbasis: Stellenbeschreibungen weisen außer dem Aufgabenkatalog, gemäß Betriebsablauf, ausführlich auf die dazugehörige klar umrissene Verantwortung hin. Hinzu kommen regelmäßige Mitarbeiterbesprechungen, in denen die Wünsche unserer Kunden diskutiert werden. All dies bietet den Ansporn, einen für alle erkennbaren Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten.

**AGRARTECHNIKbusiness:** Herr Reise, wir möchten zum Abschluss des Interviews noch einmal auf die erfolgreiche Strategie des Unternehmens zurückkommen. Welche Umsatzerwartungen liegen zu Grunde und wo sehen Sie sich selbst in naher Zukunft, auch im Hinblick auf eine Nachfolgeregelung?

**Fabian Reise:** Es ist mit meinen Eltern klar vereinbart, dass ich kurzfristig in die Geschäftsführung eintreten und die Vertriebsverantwortung im Unternehmen übernehmen werde. Mein Aufgabengebiet und meine Verantwortung werden sich den kommenden Jahren Schritt für Schritt erweitern. Mittelfristig ist geplant, dass ich die Geschäftsführung von meinem Vater übernehme.

Das Interview für AGRARTECHNIKbusiness führte Hubertus Felmy, Fachjournalist Soest

Unternehmensprofil Reise-Landtechnik	
1983	Unternehmensgründung
1989	Verlagerung des Firmensitzes an die Diestedder Straße 80
1994	Gründung der Abteilung Pflanzenschutztechnik
2000	Bau der neuen Werkstatt
2009	Vertragspartnerschaft mit Case IH (Case IH, Kverneland und Inuma erreichen jeweils rund ein Drittel vom Gesamtumsatz)
Anz. Mitarbeiter	21
Umsatz 2009	rund fünf Millionen Euro