

Aus der
Geschäftstätigkeit
der
Verbände
des
Landmaschinen-Handels und -Handwerks
2004

INHALT

Textteil:

Das macht der Bundesverband H.A.G. - Aktivitäten auf Bundesebene:

Verbandsorgane und Verbandsleben / Interna / Personalien	4
Partner aus Handwerk / Politik / Wirtschaft / Verbände / Externa	14
Beruf / Ausbildung	16
Management / Betriebsführung	22
Technik / Normung / Arbeitssicherheit	29
Verbandsprogramm für Fachbetriebe	31

Berichte aus den Landesverbänden	35
---	----

Bericht des europäischen Verbandes CLIMMAR	49
---	----

Statistikteil:

Daten zur Landwirtschaft	52
---------------------------------	----

Daten zur Landmaschinenindustrie	57
---	----

Daten zum Landmaschinenmarkt 2003/2004	65
---	----

Daten über die Landmaschinen-Fachbetriebe - Darstellung nach Ländern	66
---	----

Orgateil:

Organigramm des Verbandes	4
----------------------------------	---

Organigramm des H.A.G.-Vorstands	11
---	----

Geschäftsstelle Essen – Das Team im Bundesverband stellt sich vor	12
--	----

Who is who im Verband – Verzeichnis der Landesverbände	34
---	----

Übersicht Materialien für Fachbetriebe	61
---	----

Bestellschein	70
----------------------	----

**Ein Bericht für die Fachbetriebe
und Branchen-Interessierte**

Copyright 2004 by Hauptarbeitsgemeinschaft des
Landmaschinen-Handels und -Handwerks (H.A.G.) und ihrer Landesverbände

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung



Themenbereich 4: Management / Betriebsführung

Welche Angebote die Verbandsorganisation in Managementfragen für seine Mitglieder vorhält, an welchen der bekannten Aktivitäten sich welche Neuerungen ergeben haben – all das ist im Themenbereich 4 zusammengefasst. Im verbandlichen Infodienst finden Sie sie in den Inforeihen MARKT & MÄRKTE, alles auch immer im Infoarchiv im Internet www.landmaschinenverband.de.

Agritechnica: Verband betreibt Händlerzentrum

Präsenz auf der wichtigsten Branchenmesse in Europa ist für den deutschen Landmaschinenverband und seinen europäischen Dachverband CLIMMAR natürliche Pflichtaufgabe. So organisieren und betreiben Verband und DLG das etwa 200 m² große „Händlerzentrum“ zusammen mit dem „DLG-International Centre“ in Halle 5. Das war 2003 und wird 2005 ausgebaut:

Das Zentrum ist konzipiert auf Synergien in Versorgung und Standnutzung; rund um es sind Verbandspartner zu finden wie bspw. die AGARATECHNIK. Der Verband arbeitet daran, speziell den Handel interessierende Elemente (die heute im Messegelände noch wahllos verstreut sind) in der Nähe des Händlerzentrums zu bündeln. Ein erster Schritt ist getan, eini-

ge Stände sind schon in Halle 5 in Richtung "Händlerzentrum" gerückt.

Der Verband hat sich dafür stark gemacht, auch das Thema "Gebrauchtmaschinen" auf der agritechnica zu besetzen – natürlich geht das nicht in „hardware“, dennoch war es 2003 erstmals im Katalog thematisiert, einige Kollegen haben sogar Stände mit GM-Angeboten in der Nähe des Händlerzentrums.

Als Verband der Händler und Handwerker ist das Händlerzentrum ein Stück „Heimat auf der Messe“: Hier sollen Mitglieder sich ausruhen, sich über verbandlichen Neuerungen orientieren, Ihre Fragen egal welcher Art loswerden, Ihre eigenen Termine machen, Ihre Partner zu Gesprächen einladen. Kostenlos, bis zu kleineren Meetings. Das gesamte Zentrum zu nutzen waren Händler, Verbände,

Partner und Innungen aufgerufen; auch CLIMMAR hat dort meetings veranstaltet.

Mit Blick zum Publikum waren 2003 sechs Verbandspartner in Dauerbesetzung alle 7 Tage präsent, berieten zumeist online am eigenen counter. Zudem gab es 2003 ein "Internet-Café" für Stand und Besucher. Im Kommunikationsbereich führten Partner und Verband Präsentationen vor, hier wurden die Service-Awards vergeben, eine großzügige Standgestaltung bot Platz für offene Treffen mit Kollegen, ebenso für Besprechungen in geschlossenen Kabinen. Beides wurde sehr stark frequentiert und gut angenommen. Insgesamt waren sicherlich an die 300 Kollegen da, zudem starke Delegationen aus Kanada, Irland und Frankreich.



Der britische Schwesterverband BAGMA kürte den „Dealer of the year“



Sechs Verbandspartner berieten den Handel exklusiv über ihre Serviceangebote (Foto: DLG)



Der Kommunikationsbereich mit Stehlounge

Zur 2003er agritechnica kamen an fünf Tagen an 230.000 Besucher, der Anteil Ausländer ist dabei deutlich gestiegen. 2005 wird die Attraktivität für Aussteller und Besucher weiter gesteigert, bspw. durch das neue „Infozentrum Gebrauchtmaschinen“, das in unmittelbarer Nähe zum Händlerzentrum eingerichtet wird: Zu verschiedensten Aspekten rund um die

Gebrauchte werden Dienstleister ihr Angebot konzentrieren: on-/offline-Börsen, Logistiker, Finanzierer, Auktionen, Versicherer, Transporteure, Garantietreiber, neutrale Maschinenchecks, etc. Allerdings: Es wird dort keine Gebrauchte stehen!

Ebenso soll der Serviceaspekt (Ausbildung, Schulen, Ausrüstung, Werkzeug, Einrichtungen) in den kommen-

den Jahren weiter in den Vordergrund rücken. Damit kommt die „World's No. 1“ unter den Branchenmessen dem Wunsch des Verbandes nach attraktiver Thematisierung dieser beiden aus Händlersicht wichtigsten Themen wieder ein deutliches Stück näher.

eurotaxSchwacke

Die bekannten SchwackeListen für Schlepper, Landmaschinen und seit 1995 auch Motorgeräte sind zuletzt 1999 komplett überarbeitet worden: Deutlich benutzerfreundlicher und nur noch zweimal jährlich in einem Buch zusammengefasst orientieren sie sich über Umrechnungsfaktoren, Zu- und Abschläge - im Klappentext ausführlich erläutert - deutlich näher am ak-

tuellen Marktgeschehen. Hierbei sind „Real-Time-Preise“ das Ziel.

Gelistet sind 15 Maschinenarten von über 200 Herstellern und Importeuren. Das Spektrum reicht hierbei von Schleppern über Mähdrescher, Pressen, Häcksler bis Motorgeräte – alle markt gängigen Maschinen auf einen Blick – ein Muss für jeden Vertriebsfachmann: Seit Oktober 2000 ohne

Mehrwertsteuer, seit Oktober 2001 in Euro.

Zweimal jährlich tagt der Händlerbeirat Landmaschinen von EurotaxSchwacke neuerdings auch per Telefonkonferenz. Dort entwickeln Vertreter des privaten und genossenschaftlichen Fachhandels und Branchen-Sachverständige die SchwackeListen fort.

Branchenmagazin AGRARTECHNIK: 3 Medien-Konzept

Die AGRARTECHNIK, das offizielle Organ des Verbands aus dem DEUTSCHEN LANDWIRTSCHAFTSVERLAG (DLV), baut seine Stellung als national wichtigstes Branchenmagazin



aus. Das Monatsmagazin AGRARTECHNIK ist der absolute Marktführer, elfmal im Jahr fast ausschließlich eigen-recherchierte Berichte, Interviews und Marktanalysen, zu-

dem mit den Verbandsseiten „H.A.G.-INTERN“.

Zweimal monatlich immer mittwochs, erscheint AGRARTECHNIKAKTUELL, die Marktübersicht mit dem umfang-

reichsten Gebrauchtmaschinenmarkt sowie mit aktuellen Berichten aus der Verbandsland-schaft.



In AGRARTECHNIKAKTUELL erscheinen alle neu in www.technikboerse.com eingespei-

ten Gebrauchtmaschinen – eine einmalige Kombination von online und Print, mit Wahlmöglichkeiten und Regionalisierung.

Jüngstes, dabei mit erfolgreichstes Kind sind die AGR@RTECHNIK ONLINE-NEWS, der brandaktuelle online-Info-dienst mit umfassender Recherche-möglichkeit im Archiv. Die online-

news sind eng verzahnt mit Monats- und Wochentitel, bieten darüber hinaus eigene Tools wie den Pool aller Testberichte, neuerdings Übersichten zu Schlepperversicherungen, verschiedenste Branchen-downloads (z. B. Geschäftsberichte). Auch sind hier regelmäßig die Verbandsinfos zu finden.

Ganz wichtig schließlich, da prüfungsrelevant: die AGRARTECHNISCHEN LEHRBRIEFE (ATL) für alle Auszubildenden in der Landtechnik, 2003 frisch überarbeitet. Zu Lehrbeginn gibt es über das „Lehrlingsabo“ monatlich jedes Hauptheft sowie die ATL als Sammelordner mit monatlichen Ergänzungsseiten zur Aktualisierung im Magazin (Rubrik Ausbildung).

ARGE Fabrikatsvereinigungen – Vertretung der Vertragshändler einer „Farbe“

Verbände vertreten die Interessen ihrer Mitglieder, im Landmaschinenverband sind dies die Innungsmitglieder. Daneben gibt es noch die Handelsverbände auf Landes- und Bundesebene (s. S. 4). Die Vertragshändler („A-Händler“) kämpften – bis 2001 – jeder für sich allein. Seit September 2001 gründeten die A-Händler von neun Fabrikaten ihren „eigenen Club“ im Verband ausschließlich für ihre Interessenvertretung gegenüber ihrem Hersteller.

Was leisten Fabrikatsvereinigungen

Fabrikatsvereinigungen helfen dem einzelnen Händler in seiner Tagesarbeit mit seinem Hauptfabrikat, sie verschaffen Transparenz und Absicherung, ja: „Augenhöhe“. Ein ganz wich-

tiger Punkt war, ist und bleibt das „Miteinander“ - die Zusammenarbeit der Fabrikatsvereinigungen mit dem Hersteller. Hier haben die Fabrikatsvereinigungen und die ersten Hersteller nun auch sehr konkrete Formen der zukünftigen Zusammenarbeit vereinbart, vorrangiges Ziel: Probleme gemeinsam und im Interesse beider Parteien besser verstehen und gemeinsam an Lösungen arbeiten.

Nach zunächst wichtigen Gesprächen mit den Geschäftsführern der Hersteller, die immer in sehr konstruktiver und angenehmer Atmosphäre stattfanden, wurde die künftige Arbeit zwischen Vereinen und Hersteller abgestimmt. Die einzelnen Vereine vertreten bis zu 80% des jeweiligen Marktvolumens.

Arbeitskreise

Seit 2002 tagen regelmäßig verschiedene Arbeitskreise, in denen Praktiker aus Handel und Herstellerwerk anstehende Probleme erörtern und lösen. Die Arbeitskreise „Gewährleistung/Garantie“, „Ersatzteile“ und „Marketing/Vertrieb/Werbung“ diskutieren getrennt nach Fabrikaten die spezifischen Probleme in den jeweiligen Vertriebsnetzen und suchen mit den Herstellern nach den objektiv besten Lösungen.

Interne Internet-Kommunikation

Schon heute hat jede Vereinigung ihre Internetplattform auf www.fv.landmaschinenverband.de, dort werden Ersatzteile gesucht und interne Informationen aus der Arbeit der FV sind dort immer aktuell verfügbar. Das Angebot wird dauernd erweitert.

AK EDI agrartec: Kostensenkungspotenziale noch unausgeschöpft

Noch immer werden mehr als 70% aller Bestellungen und Rechnungen mit der Post oder per Fax verschickt, immerhin 9% per Datenaustausch (data exchange, EDI) und 17% per E-Mail oder als online-Formular.

EDI-Einsatz in der Branche, oder: Wer zuerst, Henne oder Ei?

Das Thema „EDI-Durchdringung der Branche“ kommt – wenn auch etwas schleppend – voran. Händler mit Branchensoftware könnten theoretisch heute schon EDI einsetzen,

auch wenn sie es selbst gar nicht wissen; die Kosten dafür halten sich sehr in Grenzen. Die Softwarehäuser stehen Gewehr bei Fuß: „Mit der elektronischen Garantieabwicklung könnten wir morgen loslegen!“ Eine „Belohnung“, etwa Boni von Herstellern für Nutzung EDI-fähiger Systeme, z.B. bei der Teilebestellung, sind denkbar. Bei Nahrungsmitteln bestimmt der Handel die Marschrichtung: Für jede Rechnung, die der Handel (der flächendeckend EDI einsetzt) auf Papier erhält, berechnet er dem Lieferanten

€ 2,- Bearbeitungsgebühr. Das wär doch mal was....

National wie international wachsen Bedeutung und Akzeptanz von EDI in der Branche. Die Präsenz auf der agritechnica wurde begrüßt, einen gewisser Infobedarf vorhanden. Besuche auf den Ständen von Herstellern waren im Durchschnitt positiv. Einige Hersteller berichteten von steigendem Interesse an EDI, vor allem durch Importeure.

www.edi-agrartec.com

Der heute als „edi_agrartec“ bekannte Standard basiert auf EDIFACT, einer Art „Weltmaschinensprache“. Geschätzt 60% von EDIFACT findet sich wieder in EANCOM, einer problemorientierteren Schnittmenge; davon nutzt edi_agrartec wieder nur etwa 30%: Edi_agrartec verwendet faktisch also zu etwa 15% die EDIFACT-Datenmenge, ist somit schlank und flexibel, dabei jedoch in seiner Leistungsfähigkeit umfassend. Wie bekannt gibt es in Deutschland fünf dieser Vorgehens-Standards: Teilebestellung und -berechnung, Garantietrang und -gutschrift sowie für die Teile-Stammdaten. Wer als Händler hier künftig automatisiert (damit rekordschnell und fehlerfrei) arbeiten will, wende sich an sein Softwarehaus. Wer was mit wem kann (und schon macht) wird jährlich abgefragt (ab Sommer 2004 online) und ist auf www.edi-agrartec.com einzusehen unter „Wer macht was mit wem“.

Stammdatenpoolung

Jeder Händler hat Bedarf an aktuellen Stammdaten: Nummern, Preise, Rabatte, Historien, Gefahrstoffangaben, Sicherheitsdatenblätter etc. Heute bekommt er sie als CD, online, als Mikrofiche oder Katalog. Problem: Zu viele Daten, man benötigt nur 1-20%, und oft zu alt, teuer im Bezug und ohne inzwischen unverzichtbare Angaben über Gefahreigenschaften.

Daher hat der AK ein Modell „Stammdatenpoolung“ entwickelt: Ein Poolbetreiber verwaltet alle Stammdaten aller Hersteller, immer aktuell und stellt sie dem Handel separiert (Zugang wird vom Hersteller autorisiert) zur Verfügung. Vorteil: Jeder Datensatz muss nur einmal angefasst werden, die Kosten für Stammdatenverfügbarkeit sinken. Problem: Wenn kein Branchen-einheitliches Vorgehen kommt, bleibt es bei vielen parallelen Lösungen, also bei der händlerunfreundlichen Lösung. Alle Verbände haben zugestimmt, ein



branchenübergreifendes Poolungssystem anzugehen. Der AK wird die Ausschreibung vorzubereiten, Vorgaben des Handels existieren bereits. Der VDMA hat zur Bedingung gemacht, dass der Ansatz international erfolgt: Auch ausländische Händler deutscher Hersteller und deutsche Händler internationaler Hersteller müssen das System nutzen können.

Resale 2004 in Karlsruhe: Gebrauchtmachinesventil in die Welt



Die RESALE ist mit 563 Ausstellern aus 25 Ländern die weltgrößte Gebrauchtmachinesmesse – mit 9.733 Besuchern aus 110 Ländern knüpfte sie an das Vorjahresergebnis an. 62% der Besucher reisten aus dem Ausland an, knapp 80% haben gleich

auf der Messe Maschinen gekauft oder werden danach ordern. Wie in den Vorjahren stammten die meisten ausländischen Besucher aus Rumänien, der Ukraine, Russland und Iran. Überdurchschnittliches Interesse fand die RESALE auch in Indien, Belarus, der Türkei, Serbien und Montenegro, im Kosovo, Mazedonien, Pakistan, Bosnien-Herzegowina, Aserbaidschan, Kroatien, Syrien und Bulgarien.

Der erste Messetag ist der wichtigste, starkes Interesse aus Russland und Rumänien verzeichneten gerade Landmaschinen-Aussteller: Allein die Technikboerse konnte am Verbandsstand knapp 1000 ihrer GM-

Broschüren zielgenau unterbringen. Diese Erfahrung bestätigten die Landmaschinen-Kollegen, jedoch waren nicht alle gleichermaßen zufrieden. Die Palette reicht von „Wir sind super zufrieden und werden 2005 sicher wiederkommen“ bis zu „Besucherqualität und -quantität haben erschreckend abgenommen“. Insgesamt waren fünf Einzelhändler, drei Händlergruppen und drei online-Börsen an den drei Tagen in Karlsruhe präsent.

Die Resale 2005 wird vom 18. bis 20. April erneut in Karlsruhe stattfinden.

RESALE 2005

KARLSRUHE

11. Internationale Messe für gebrauchte Maschinen und Anlagen

Karlsruhe · Messezentrum

18. bis 20. April 2005

Information und Projektleitung: Hess GmbH
Königsberger Str. 2 · D-76356 Weingarten
Tel: +49 (0)7244/7075-0 · Fax: +49 (0)7244/7075-50
E-Mail: info@resale2005.de · www.resale2005.de

→ wieder 2 Tage nach der Hannover Messe!

→ stellen Sie aus, Ihre Teilnahme lohnt sich!

→ Angebot
Metallbearbeitungs- und Holzbearbeitungsmaschinen, Kunststoff- und Kautschukverarbeitungs-
maschinen, Verpackungsmaschinen, Nahrungsmittelmaschinen, Textilmaschinen, Telekommunikations-
und EDV-Technik, Druck- und Papierverarbeitungsmaschinen, Kopiertechnik, Medizintechnik,
Verfahrenstechnik, Robotik und Automation, Mess- und Prüftechnik, Antriebs- und Fördertechnik,
Energietechnik, chemisch-pharmazeutische Maschinen und Anlagen, Maschinen für Entsorgung und
Recycling, Baumaschinen, Landmaschinen, Nutzfahrzeuge, sonstige Maschinen und Anlagen,
Dienstleistungen, Verbände, Organisationen, Fachzeitschriften, Verlage

Veranstalter: Hess GmbH und KMK GmbH

Fordern Sie Unterlagen an: Für Aussteller Für Besucher
Faxen Sie uns Ihren Maschinenbedarf – wir vermitteln Angebote!

RESALE 2004

- 563 Aussteller aus 25 Ländern – 160.000 gebrauchte Maschinen
- 9.733 Besucher aus 110 Ländern – 62% aus dem Ausland
- Sehr gute Geschäfte in allen Angebotsbereichen

RESALE





Auch für Mitglieder von Landmaschineninnungen: Clubkonzept „Metall und mehr“

Seit Jahresmitte 2004 stehen allen LMM-Innungsmitgliedern über die Nutzung der Clubmitgliedschaft bei „Metall & mehr“ kostenlos zusätzliche geltwerte Vorteile offen. Motto: „Mitgliedschaft rechnet sich“.

Und so funktioniert Metall & mehr

Durch die Bündelung des Einkaufsvolumens beziehen Clubmitglieder Waren und Dienstleistungen zu Großabnehmerkonditionen. Über 30 Partner ermöglichen bereits heute ein

Einsparvolumen von mehreren Tausend € jährlich. Zudem gibt es Club-Aktionen mit monatlich wechselnde Aktionen der Club-Partner.

Drei Beispiele:



Bargeldlose Dieselkraftstoffversorgung (Vergünstigung 1,5 Cent/l bei DKV-SB Tankstellen und 2,0 Cent/l bei allen DKV-angeschlossenen Aral-Tankstellen) an bundesweit 8000 Tankstellen, 2-wöchiger Abrechnung, Flottenmanagement. Die Karte kostet € 10,23 pro Jahr (ab 2001 angerechnet) - besonders interessant für Werkstattwagen, Export, Vertriebs-Dienstwagen



Büromaterial (Sonderkonditionen: keine Mindestmengen, Versicherung, Fracht) von Viking, Bestellung bis 17 Uhr, Lieferung anderntags, zudem 2% Skonto; Stand heute: Bereits über 2000 Metaller bestellen regelmäßig so



Werkstattwagenausrüstung, z.B. Modulsystem von Servicemobil GmbH, 37% Rabatt bei Bestellung ab Werk

Vorteile gibt's auch bei „allgemeinen Kosten“, z.B. Mobil-Telefonen (Hardware und Tarife bei E-Plus), Festnetz-Telefonkonditionen (primus) oder Strom (Yello) zu über die allgemeinen Rabatte hinausgehenden Clubkonditionen

Und so einfach geht's!

Der Zugang zu den Clubleistungen erfolgt für Mitglieder der Landmaschineninnungen zunächst ausschließlich über das Internet. Und so einfach nutzen Sie die Clubleistungen, gezeigt am Beispiel des VLT Thüringen: Auf

der Startseite von www.vlt.landmaschinenverband.de erscheint direkt nach dem Einloggen (mit Ihren „normalen“ Zugangsnummer und -Kennwort) das Logo von Metall & mehr, s.u.

1. Einloggen

2. es erscheint das M+M-Logo; darauf klicken ...

3. es erscheint eine Zwischenseite mit kurzer Erläuterung; dort auf „Jetzt zu Metall und mehr“ klicken und man ist „drin“. Angebote und Vorgehen werden erläutert.

Schritt 4: Nun stehen Ihnen alle Metall & mehr – Leistungen offen: In der Regel treten Sie mit den Club-Partnern direkt in Verbindung. Auf fast jeder Seite finden Sie „Und so

einfach geht's“. Darin wird dann detailliert beschrieben, was Sie tun sollten, um in den Genuss der Clubleistungen zu gelangen. Am Besten Sie probieren es einmal aus – es ist einfacher als Sie denken.

Bitte wenden Sie sich bei Fragen direkt an das Clubbüro, INGRID KÖRNER, Ruhrallee 12 in 45138 Essen, Tel.: 01805/778797 oder Fax: 01805/778791 oder E-Mail club@metall-undmehr.net.

Vorstandsthema: Export / Außenwirtschaft

Seit 2004 intensiviert der Bundesverband auf Initiative seines Vorstandes das Thema „Export/Außenwirtschaft“. Dazu hat er einen extra Infodienst „Infodienst EUROPA“ eingerichtet, der neben Informationen über CLIMMAR vor allem enthält:

- ✚ **Messekalender Landtechnik** in (Ost-)Europa 2005
- ✚ **EU-Erweiterung: Investitionsbedingungen** - Fakten zu Inflation, Wachstum und Arbeitsmarkt insbesondere die für ein Auslandsengagement wichtigen Kennzahlen auf (Umsatz- und Körperschaftsteuersätze, Sozialabgaben, Arbeitskosten und Verdienste)
- ✚ Zusammenfassung der nach der **EU-Erweiterung** aufgetretenen Rechtsfragen für Unternehmer
- ✚ **EURO-Infos** des ZDH mit Neuheiten aus der internationalen Wirtschaft, insbes. für KMU wichtigen Aspekten; darunter konkrete betriebliche Maschinennachfragen aus dem europäischen Ausland



**„Natur trifft Technik“
– DEMOPARK 2005 in Eisenach –
BuFa-MOT dabei**

Vom 12. - 14. Juni 2005 findet die nächste demopark in Eisenach statt. VDMA Landtechnik und die Messe Fulda GmbH als Veranstalter haben mit der Flugplatzgesellschaft Eisenach eine Vereinbarung getroffen. Mehr als 300 Aussteller werden erwartet, das Ausschreibungsverfahren läuft bereits: www.demopark.de.

Bislang dreimal in Fulda ansässig, hat sich die demopark im Zweijahresrhythmus von Mal zu Mal entwickelt, zuletzt im Juni 2003 mit einer Steigerung der Besucherzahl um 15 % auf 22.176, darunter deutlich mehr ausländische Fachleute. Damit ist sie heute Europas größte Freilandausstellung für den Garten- und Landschaftsbau und Kommunaltechnik.

Das Konzept, mitten in Deutschland eine Freilandausstellung mit Maschinenvorführungen auf einem großzügigen Gelände zu veranstalten, hat sich bewährt und wird nun in Eisenach fortgeführt. Das Programm umfasst Grünflächenpflege, Kommunaltechnik, Landschaftsbau, Sportanlagen und Wegebau. Demonstrationsflächen von zum Teil über 2000m² bieten ideale Bedingungen, der Parkplatz ist kostenlos.

Nach 2003 wird es wieder eine Neuheitenschau für mit Gold- und Silbermedaillen ausgezeichnete Maschinen und Geräte geben. Für den Landmaschinenverband nimmt die Bundesfachgruppe MOTORGERÄTE – BuFa-MOT – an der demopark als Aussteller teil: Im Hauptzelt steht sie allen Interessenten und Händlern für alle Fragen zur Verfügung.

NATUR TRIFFT TECHNIK

demopark

Eisenach 12. - 14. Juni 2005

Freilandausstellung mit Maschinenvorführungen
Grünflächenpflege · Landschaftsbau · Wegebau
Sportanlagen · Golfplätze · Kommunaltechnik

www.demopark.de

Veranstalter:
VDMA Landtechnik, Frankfurt a.M.
Messe Fulda GmbH, Fulda
Tel. 0661-601003 · info@demopark.de

demopark

Übersichten, Checklisten, Merkblätter und Leitfäden

Der Verband stellt – vielfach auch über den Zentralverband des Handwerks ZDH – vielerlei Infos mit Branchen- u/o Arbeitgeber-spezifischen Inhalten zusammen, die er den Landesverbänden zur Weitergabe an die Mitglieder zur Verfügung stellt; parallel stellt die H.A.G. sie auf www.landmaschinenverband.de allen Mitgliedern unmittelbar zur Verfügung. Zuletzt waren es:

Landtechnikthemen

- ✦ Monatliche Übersicht **Schleppermarkt**: Zulassungen, Umschreibungen nach Fabrikaten und Ländern (s. auch S. 63)
- ✦ Checklisten **Gebrauchtmaschinen** für die professionelle Hereinnahme von Schleppern, Mähdrechern, Pressen und Häckslern
- ✦ **Tarifübersicht** zum 1. August 2004 nach Ländern

Arbeitgeberthemen

- ✦ Checklisten **Gebrauchtmaschinen** für die professionelle Hereinnahme von Schleppern, Mähdrechern, Pressen und Häckslern
- ✦ Kompendium **„Geringfügige Beschäftigung“** mit Leitfäden, Musterarbeitsvertrag und Einstellungsfragebogen
- ✦ Leitfaden **„Datenschutzbeauftragter“**, basierend auf ZDK-Info, mit Formular zur Bestellung des Datenschutzbeauftragten und Muster für Aushang im Betrieb
- ✦ Leitfaden **Alterseinkünftegesetz** ab 1.1.2005 mit Übersicht steuerrechtliche und arbeitsrechtliche Änderungen für betriebliche Altersvorsorge

Landtechnikthemen

- ✦ **Pflanzenschutzgeräte-Kontrollentgelte** nach Ländern (s. auch S. 29)
- ✦ Übersicht **Stundenlöhne und Verrechnungssätze** am 1.7.2004 nach Ländern
- ✦ Übersicht **Werkstattproduktivität** 2003 nach Betriebsgrößen
- ✦ Übersicht **Umsatz-, Kosten- & Ergebnisstrukturen** 2003 nach Betriebsgrößen
- ✦ Übersichten **Spartenrechnung und Kennziffernanalyse** im Landmaschinen-Fachbetrieb 2003 nach Betriebsgrößen

Arbeitgeberthemen

- ✦ Leitfaden „**Befristeter Arbeitsvertrag**“ mit Vertragsmuster sowie Muster zur Verlängerung des befristeten Arbeitsvertrags
- ✦ **Tarifnachrichten** aus Handwerk und Mittelstand
- ✦ Leitfaden **Pflichtangaben auf Rechnungen**
- ✦ Übersicht **EU-Förderprogramme** für den Mittelstand (KMU)
- ✦ Leitfaden **Gewährleistungsrecht** seit 2002
- ✦ Übersicht der betrieblichen Auswirkungen **Arbeitsmarktreform 2004** (Hartz III und IV)
- ✦ **Aufhebungsvertrag** - Merkblatt und Vertragsmuster für 2004 aktualisiert
- ✦ Übersicht **Unternehmenssteuern** zum 1.1.2004 nach Änderung zahlreicher Steuergesetze
- ✦ Leitfaden **Kündigungs- & Befristungsrecht** ab 1.1.2004 mit Hinweisen für die Praxis
- ✦ Leitfaden „**Unternehmensnachfolge**“ des BMWA

Zur Infosuche (Themenbaum) auf www.landmaschinenverband.de s. S. 31.

Internetauftritt für Fachbetriebe vom Experten: Hochhardt & Partner

Das Internet erreicht heutzutage rund 55% der über 14-jährigen. Daher stellt sich nicht mehr Frage, ob ein Händler seine Homepage haben soll. Die Frage lautet: wie, womit und mit wem er sich ins Internet wagen soll.

Eine Möglichkeit besteht in der Zusammenarbeit mit unserem Kooperationspartner HOCHHARDT & PARTNER, eine Internet-Agentur, die seit mehreren Jahren erfolgreich für die H.A.G. arbeitet (u.a. www.landmaschinenverband.de). Im Rahmen dieser Zusammenarbeit bietet HOCHHARDT & PARTNER den Mitgliedern exklusive

Komplett-Pakete für den professionellen Auftritt im Internet an.

Der Einstieg beginnt mit einer 10 Seiten umfassende WebSite, die inklusive Gestaltung und Programmierung für € 1.500,-. Auf Wunsch kann die WebSite mit einer eigenen GM-Datenbank erweitert werden. Und wenn ein Händler die eigene Homepage zukünftig selbst bearbeiten möchte, der kann seine Site optional für € 500,- mit einem Content Management System ausrüsten lassen.

Egal, für welches Paket der Händler sich entscheidet – Suchmaschinenop-

timierung der Internet-Seiten und die Eintragung der Internet-Adresse in die wichtigsten Suchmaschinen und Verzeichnissen gehören zur Selbstverständlichkeit.

Als Full-Service bietet HOCHHARDT & PARTNER auch WebHosting auf eigenen Servern – Festpreis ab € 15,- monatlich.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter <http://www.hochhardt.de/hag> oder per Telefon beim Bundesverband, 0201/89624-0 und bei HOCHHARDT & PARTNER, 0202/4468087.

Ihre Homepage im Internet

Professionelles WebHosting
 - schon ab 15 Euro monatlich
 - eigene de-Domain
 - unbegrenzt viele E-Mail-Adressen
 - u. v. m.

Mehr Infos unter <http://www.hochhardt.de/hag>

HOCHHARDT & PARTNER
 Kommunikation neu erleben

Hochhardt & Partner
 Morienstraße 16
 42103 Wuppertal

Telefon: 02 02 - 4 46 80 87
 Fax: 02 02 - 4 46 97 07
 Mail: info@hochhardt.de
 Web: www.hochhardt.de

Buytool

Für einen Absatz von Gebrauchtmaschinen gibt es handelsseitig vielerlei Möglichkeiten neben Zeitungsanzeigen mit ihren bekannten Nachteilen: Informationsumfang, Kosten und regionale Verbreitung. Alternative: der globale Marktplatz, kurz: "buytool".

Hier steht den Händlern eine Vielzahl an Variationen ihres online-Auftritts zur Verfügung, die Bilderzahl ist fast unbegrenzt, ebenso die hinterlegba-

ren Produktinformationen. Gerade bei Gebrauchten ist das wichtig, da die Zielgruppe kleiner und die Produkte erheblich anspruchsvoller sind. Natürlich werden bei buytool mehr als „nur“ Land- und Baumaschinen angeboten. Aber buytool hat noch mehr zu bieten. Buytool stellt Händlern eine große Palette an online-tools zur Verfügung, bspw. „Dutch Auktionen“. Hier können mehrere gleiche Artikel (z. B. Ersatz-

teile oder Restposten aus einer Insolvenz) innerhalb einer Auktion zum Höchstpreis versteigert werden. In der „Multi-Auktion“ stehen auch mehrere gleiche Artikel zum Verkauf, bei denen jedoch ein Festpreis angegeben ist. Eine neue Funktion bei buytool ist das Verkaufen mit der Gebotsabgabe, besonders interessant bei Einzelstücken.

Hier wird der Verkäufer per e-mail über Gebote benachrichtigt und kann dann entscheiden, ob er dem Angebot zustimmen möchte, oder sein Artikel weiterhin zum Verkauf stehen soll.

Service für gewerbliche Kunden bieten die „buytool-shops“: Ein SubShop erlaubt es, sich innerhalb der buytool-Seite per Mausklick einen „Auktions-Shop“, mit eigenem Logo, Kategorien, AGB, Impressum etc. einzurichten und somit gezielt und effizient Aufmerksamkeit auf seine Produkte zu lenken. Händler können auch einen online-Shop einrichten mit Festpreisangeboten, einzubinden in die eigene homepage. In einer Mall, -einer virtuellen Einkaufsmeile, sind die installierten Shops auf der buytool-Seite für Interessenten aufrufbar.

Marktplatz für neues und gebrauchtes

buytool.de
online auktionen

Ihr Partner für erfolgreiches Kaufen und Verkaufen.
Wir helfen Ihnen auch beim Eröffnen Ihres eigenen Internet-Shops!

www.buytool.de – Auktionshaus und Online-Shop
48727 Billerbeck · Telefon (02543) 25427 · Fax 25428