

# Brand Survey 2023

Marktumfrage  
landwirtschaftlicher  
Sektor





Diese Umfrage wurde von LECTURA durchgeführt und basiert auf Daten, die aus einer von LECTURA initiierten, unabhängigen Marktumfrage stammen. LECTURA erklärt, dass diese Umfrage in keiner Weise die Meinung oder Einstellung von LECTURA wiedergibt und ausschließlich auf den statistisch erhobenen Antworten der unabhängigen Befragten basiert, die an dieser Umfrage teilgenommen haben. Die in dieser Umfrage enthaltenen Daten dienen nur zu allgemeinen Informationszwecken. LECTURA hat die Ergebnisse und Schlussfolgerungen der Umfrage nicht unabhängig überprüft. LECTURA ist nicht verantwortlich für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Eignung und Aktualität der Umfrage und der darin veröffentlichten Daten. Die hierin enthaltenen Informationen stellen keinerlei Beratung dar und sind nicht für Anlagezwecke bestimmt. Die in der Umfrage enthaltenen Daten stellen in keiner Weise Vorhersagen oder Garantien für die künftige Entwicklung der Industrie/des Sektors dar. Die angegebenen Daten und Ergebnisse der Umfrage dienen auch nicht als Anlageempfehlungen und sind daher nicht für Anlagezwecke bestimmt. Weder LECTURA noch eine ihrer Tochtergesellschaften oder leitenden Angestellten, Aktionäre, Direktoren, Mitarbeiter oder Vertreter übernehmen eine wie auch immer geartete Verantwortung oder Haftung bezüglich der Verwendung der in dieser Umfrage enthaltenen Informationen oder Ergebnisse oder die Verlässlichkeit auf diese.

# Der Sponsor



## KRAMP GmbH

KRAMP bietet Ersatzteile und Dienstleistungen für Fachhändler und Werkstätten aus den Bereichen Landtechnik, Forst- und Gartenbau sowie Baumaschinen an. Ein umfassendes Sortiment, hohe Lagerkapazitäten, schnelle Belieferung und praxisorientierte E-Business-Lösungen machen KRAMP zu einem zuverlässigen Geschäftspartner für seine Kunden.

1951 im niederländischen Varsseveld gegründet, verfügt Kramp heute über 11 Distributionszentren und ist in 23 europäischen Ländern tätig. Neben dem Verkauf von Ersatzteilen und Zubehör bekannter Top-Marken bietet KRAMP umfangreiche technische Serviceleistungen von Zerspanung über Fräsen bis hin zum Pressen von Hydraulikschläuchen an. Darüber hinaus unterstützt Kramp seine Händler im Bereich Shop genauso wie bei der Weiterbildung seiner Mitarbeiter über die Kramp Academy oder bei der Anbindung ihres Warenwirtschaftssystem.

[www.kramp.com](http://www.kramp.com)



# Einführung

**LECTURA:  
Dienstleister in  
der Maschinen-  
und Geräteindustrie,  
der Ihre Daten in  
Werte verwandelt**

MIT FREUNDLICHER  
UNTERSTÜTZUNG  
DURCH>

Seit 1984

# definiert LECTURA die Konzepte der digitalen Sichtbarkeit und Leistung in der Maschinenindustrie neu,

nicht nur in Europa, sondern  
auch im Rest der Welt,  
indem es Unternehmen  
umfassende  
Maschinendaten  
zur Unterstützung ihrer  
Kaufentscheidungen zur  
Verfügung stellt.

Jeden Monat suchen

**1,300,000**  
**Besucher**

wertvolle Informationen  
aus unserer umfangreichen  
Datenbank mit über

**170,000**

Spezifikationen und technischen  
Details zu Maschinen und Geräten.

LECTURA Surveys bietet Fachleuten der Maschinenindustrie und anderen B2C-Online-Kunden die Möglichkeit, klare Erkenntnisse von B2B- und Endkunden zu erhalten. Diese helfen ihnen, ihre Geschäftsstrategien an die Marktrealität anzupassen. Sie sind die schnellsten und effektivsten Marktforschungsinstrumente, um nützliche und brauchbare Informationen über Eigenschaften, Meinungen, Erfahrungen und Bedürfnisse der Menschen, die in der Branche unterwegs sind, zu sammeln und ein besseres Verständnis für ihr Verhalten zu bekommen. Kurz gesagt: LECTURA-Umfragen bieten Zugang zu einem einzigartigen Fachpublikum und helfen Unternehmen, valide Marktdaten in Werte umzuwandeln, die ihnen ein Wachstum ihres Unternehmens ermöglichen.





# Die Marke ist der Spiegel eines Unternehmens.

Nach dem BrandSurvey 2022 mit den Fokus auf die Baubranche richtete, liegt der Schwerpunkt des LECTURA BrandSurvey 2023 auf der Agrarwirtschaft.

Das Image einer Marke und ihres Markennamens die Kommunikation ihrer Werte und Strategie, soll den Kunden auf der Suche nach dem richtigen Produkt durch den Markt begleiten.

Ohne eine klar erkennbare und unverwechselbare Markenidentität könnten Kunden sich bei der Vielzahl der Wettbewerber im Markt verloren fühlen, da viele Hersteller auf den ersten Blick, wenn nicht das gleiche, so doch ähnliche Produkte anbieten.

Die Funktion eines Markennamens besteht darin, einen Eindruck zu hinterlassen, der stark genug ist, um als Leuchtturm zu dienen, der dem Kunden signalisiert, dass die Marke die richtige für ihn in Bezug auf die Produkte und Dienstleistungen ist, die er sucht.

Je besser das Erlebnis und je präziser die Markenkommunikation dem Kunden das passende Portfolio präsentiert, desto größer ist die Zufriedenheit und Loyalität der Kunden.

Natürlich versuchen die Marken regelmäßig, diese Konzepte zu überprüfen, um so ihre Position auf dem Markt zu halten und Produktportfolios und Marketingstrategien anzupassen.



Die Fragen, die LECTURA stellte, waren jedoch folgende:

Welche Art von Publikum sprechen die Marken normalerweise an? Ihre Kunden – Menschen, die bereits einige Produkte gekauft haben? Was ist dann mit anderen Personen?

In der Branche gibt es viele Interessengruppen, die wahrscheinlich alle wissen wollen, wie sich Marken am Markt entwickeln und wie sie im Vergleich zu den Wettbewerbern abschneiden.

Was ist mit jenen Kunden, die auf der Suche nach einer Landmaschine sind und nach zuverlässigen Bewertungen suchen, die ihnen bei der Entscheidung helfen, in welche Marke sie investieren sollen - wobei sie nicht nur die Qualität des Produkts selbst, sondern auch das Händlernetz in ihrer Region, die Verfügbarkeit von Ersatzteilen und den Kundendienst berücksichtigen?

## **Vor diesem Hintergrund präsentiert LECTURA den BrandSurvey 2023 als Kommunikationsbrücke zwischen allen Akteuren der Branche.**

### **Die Zielgruppe:**

Die Teilnehmer hatten die einmalige Gelegenheit, auf der Grundlage ihrer persönlichen Kundenerfahrungen Aspekte zu kommunizieren, die normalerweise in einer realen Situation nicht diskutiert werden können: wie sie Marken sehen, was sie an einer bestimmten Marke schätzen und was nicht, wie sie die Wettbewerber sehen, und wie zufrieden sie mit dem Händlernetz der Marke sind, und vieles mehr.

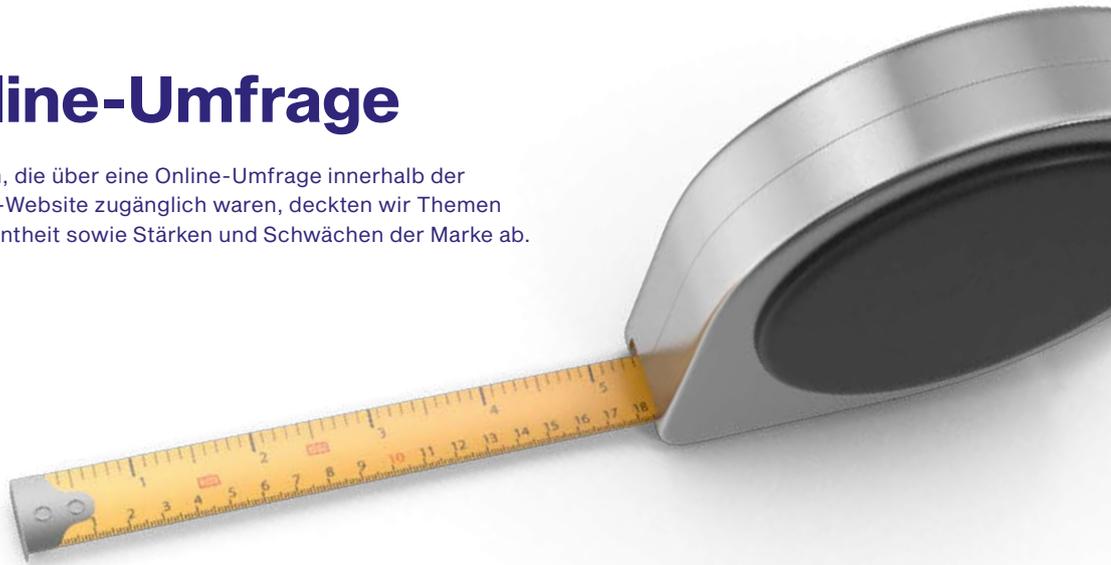
### **Die Marken:**

Sie haben die Möglichkeit, ein klares, ehrliches und umfassendes Bild ihrer Markenbekanntheit zu erhalten (wie gut sie werben, ob sich ihre Kommunikationsstrategien in Bezug auf die Medienpräsenz auszahlen, wie oft und in welchem Stil sie mit der Zielgruppe interagieren usw.). Im Grunde ergibt sich für die Marken die Möglichkeit, Informationen zu erhalten und sie so optimal zu nutzen. Solche Daten sind sonst nicht in so großem Umfang erhältlich und vorausgewertet.

Am wichtigsten ist jedoch, dass die durch LECTURA BrandSurvey gesammelten Daten in bessere Geschäftsstrategien für die beteiligten Marken umgesetzt werden können. Bessere Geschäftsstrategien ermöglichen bessere Entscheidungen, und bessere Geschäftsentscheidungen führen zu besseren Umsätzen und Ergebnissen. Dies alles trägt zum Wachstum bei.

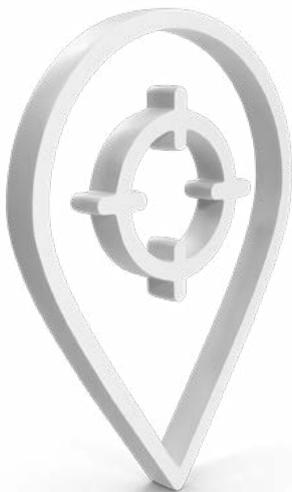
# Methode: Online-Umfrage

Mittels eines Fragebogens mit 9 Fragen, die über eine Online-Umfrage innerhalb der Markenprofile auf der LECTURA Specs-Website zugänglich waren, deckten wir Themen wie Markenzufriedenheit, Markenbekanntheit sowie Stärken und Schwächen der Marke ab.



## Zielgruppe

Unser Ziel war es, die Antworten von Kunden und potenziellen Kunden aus Europa sowie aus den USA und Kanada zu erhalten. Die Länder und Regionen wurden zum Teil durch die Stärke der lokalen Märkte sowie durch die Märkte, in denen LECTURA aktiv ist, definiert.



Haben Sie das Land/Region, welches für Sie von Interesse ist, in diesem Bericht nicht gefunden? Interessiert es Sie, wie die Marke in Ihrem Land wahrgenommen wird? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

### Europa

Jeder Bericht enthält die Ergebnisse für ganz Europa - alle 43 Länder (ohne Russland). Die Ergebnisse sind dann nach Regionen aufgeteilt:

- Balkanhalbinsel: Kroatien; Serbien; Kosovo; Montenegro; Bulgarien; Bosnien und Herzegowina; Albanien; Mazedonien
- Benelux: Belgien; Niederlande; Luxemburg
- Mitteleuropa: Tschechische Republik; Slowakei; Slowenien; Polen; Ungarn
- DACH: Deutschland, Österreich, Schweiz, Liechtenstein
- Osteuropa: Litauen; Lettland; Estland; Weißrussland; Ukraine; Moldawien; Rumänien
- Frankreich
- Iberische Halbinsel: Portugal; Spanien, Andorra
- Nordische Länder: Island; Dänemark; Finnland; Norwegen; Schweden
- Südeuropa: Italien; Griechenland; Zypern; Malta
- Vereinigtes Königreich und Irland

Darüber hinaus werden die 9 Länder mit dem größten Anteil einzeln betrachtet: Belgien; die Niederlande; Frankreich; Italien; das Vereinigte Königreich; Polen; Deutschland; Österreich; Polen

### Vereinigte Staaten und Kanada

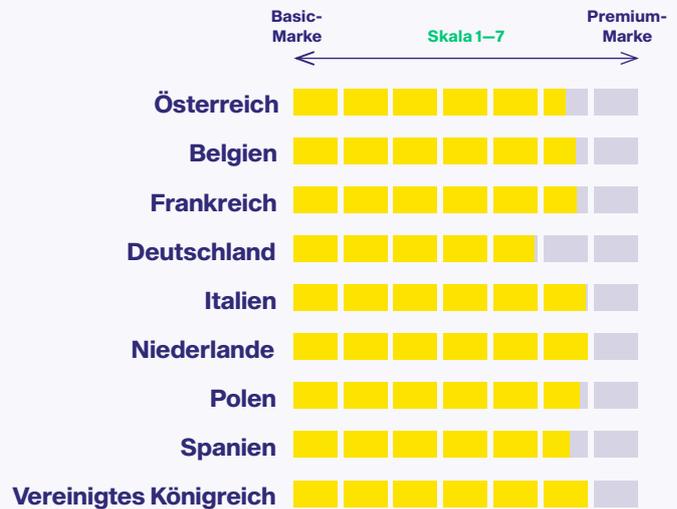
Der Bericht präsentiert die Ergebnisse für jedes dieser nordamerikanischen Länder.

# 1

## Wie würden Sie diese Marke im Allgemeinen bewerten?

Die Befragten wurden gebeten, die Marke im Allgemeinen (unter Berücksichtigung der Qualität der Produkte, des angebotenen Service, der Verfügbarkeit, des Umgangs mit den Kunden usw.) auf einer Skala von 1 bis 7 zu bewerten. 1 steht für eine "Basic-Marke", was bedeutet, dass die Marke eine entsprechende Fortentwicklung benötigt, um auf die diversen Kundenbedürfnisse einzugehen. 7 steht für eine "Premiummarke", was die Tatsache widerspiegelt, dass die Marke gut darauf vorbereitet ist, eine vielfältige Kundschaft mit verschiedensten Bedürfnissen zu bedienen und ihren Service über die Zeit auf einem hohen Qualitätsniveau zu halten.

In den Diagrammen werden die Mittelwerte dargestellt.



# 2

## Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Marke einem Freund oder Kollegen empfehlen?

Mit dieser Frage wird die Untersuchung der Markenzufriedenheit und der Meinungen über die Marke vorangetrieben. Zur Veranschaulichung wurde der Net Promoter Score (NPS) gewählt.

Der NPS gibt auch die Bereitschaft an, die Marke weiterzuempfehlen und liefert somit Informationen über die entsprechende Markenloyalität.

Anhand der Punktzahl auf einer Skala von 0 bis 10, wobei 0 bedeutet, dass die Personen die Marke überhaupt nicht weiterempfehlen würden, und 10 bedeutet, dass sie dies sehr wahrscheinlich tun würden, werden drei Gruppen definiert.



**Befürworter:** Personen, die mit der Marke so zufrieden sind, dass sie sie weiterempfehlen und so der Marke helfen, neue Kunden zu gewinnen.



**Passive:** Personen, die zwar mit der Marke zufrieden sind, aber nicht begeistert sind und sich von konkurrenzfähigeren Angeboten angezogen fühlen.



**Ablehner:** Personen, die mit der Marke unzufrieden sind und möglicherweise sogar ihre Kritik an der Marke teilen.

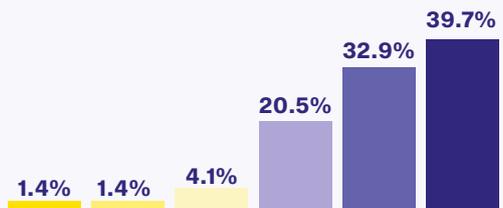
Der endgültige NPS-Wert wird berechnet, indem der Prozentsatz der Kritiker vom Prozentsatz der Befürworter abgezogen wird (Wert von -100 bis 100).

# 3

## Wie würden Sie das Händlernetz dieser Marke in Ihrem Land bewerten?

Die Befragten bewerteten das Händlernetz, indem sie ihre Erfahrungen beschrieben und die zutreffendste Option wählten:

- 1. Sehr unbefriedigend ■
- 2. Unbefriedigend ■
- 3. Eher unbefriedigend ■
- 4. Ziemlich zufriedenstellend ■
- 5. Zufriedenstellend ■
- 6. Sehr unzufriedenstellend ■



Die Diagramme veranschaulichen, wie groß der Prozentanteil der Befragten ist, die diese Option gewählt haben.

Zusätzlich wurden die Antworten auf einer Skala von 0 % (sehr unbefriedigend) bis 100 % (sehr zufriedenstellend) eingeordnet und als Infografik - Tachometer - dargestellt. Die Tachonadel in % stellt die Mittelwerte der Skala dar.

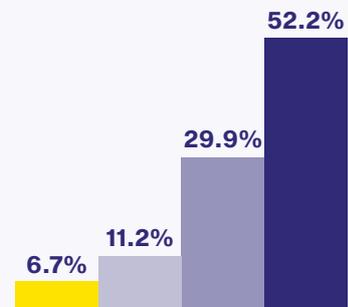


# 4

## Wie sichtbar ist diese Marke Ihrer Meinung nach in den Medien?

Die Umfrageteilnehmer wurden gebeten, eine der vier Optionen zu wählen, die ihrer Meinung nach die Medienpräsenz der Marke am besten beschreibt:

- 1. Häufig sichtbar ■
- 2. Gelegentlich sichtbar ■
- 3. Selten sichtbar ■
- 4. Überhaupt nicht sichtbar ■

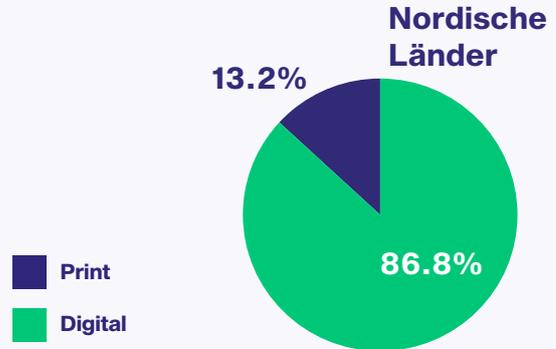


Die Diagramme zeigen, wie viele Personen (in %) die entsprechenden Optionen gewählt haben.

# 4.1 In welcher Art von Medien ist die Marke häufiger zu sehen?

Jeder Teilnehmer, der sagte, die Marke in den Medien wahrzunehmen, wurde aufgefordert, anzugeben, in welcher Art von Medien - digital oder gedruckt - er die Marke häufiger gesehen hat.

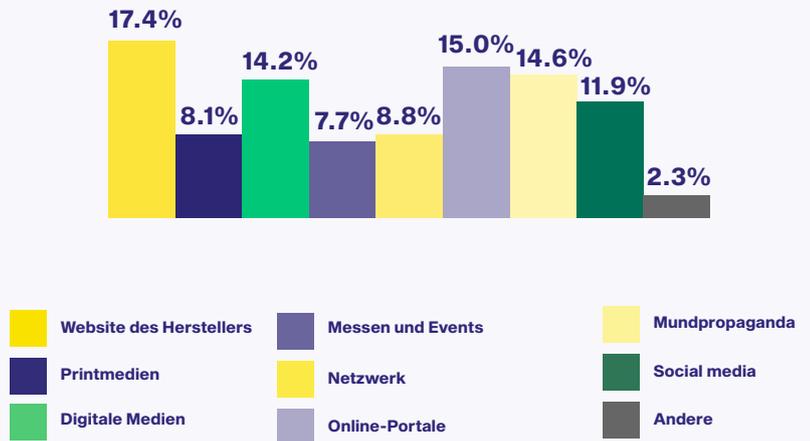
Die Diagramme zeigen, wie viele Personen (in %) die entsprechenden Optionen gewählt haben.



# 5 Wo suchen Sie am häufigsten nach Informationen über diese Marke und ihre Produkte/Dienstleistungen?

Die Teilnehmer konnten entweder aus den vordefinierten Optionen wählen oder selbst angeben, wo sie am häufigsten nach solchen Informationen suchen. Diejenigen, die es vorziehen, die Informationen über verschiedene Kanäle zu suchen, durften alle zutreffenden Optionen ankreuzen.

Die Diagramme zeigen, wie viele Antworten (in %) auf die einzelnen Optionen entfielen.



## 6 Welchen Maschinentyp (Kategorie/Klasse/Modell) halten Sie für das beste Produkt dieser Marke?

Bei dieser Frage gaben die Befragten an, welche Geräte und Maschinen sie für die besten Produkte der Marke hielten. Sie konnten entweder aus den vordefinierten Optionen auswählen oder ihre eigene Antwort eingeben. Das Frageformat erlaubte es, mehrere Antworten zu wählen.

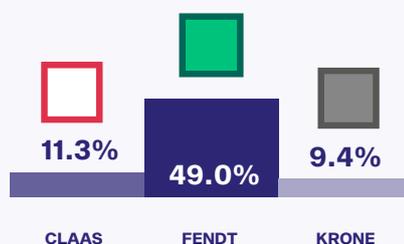
Die Diagramme zeigen die drei am häufigsten genannten Produkttypen und wie viele Nennungen (in %) es gab.



## 7 Welche Marke, die die gleiche/ähnliche Art von Dienstleistung/Produkt anbietet, würden Sie besser bewerten?

Die Befragten wurden gebeten, direkte Wettbewerber der Marke zu nennen. Sie konnten entweder aus der Liste der vordefinierten Optionen wählen oder ihre eigene Antwort eingeben. Das Frageformat erlaubte es ihnen, Mehrfachantworten zu nennen.

Die Diagramme zeigen die drei am häufigsten genannten Wettbewerber und wie viele Nennungen (in %) sie erhielten.



# 8

## Bitte nennen Sie einige Aspekte, die die Marke, die Sie derzeit bewerten, verbessern kann:

In der letzten Frage beschrieben die Befragten in ihren eigenen Worten, was die Marke verbessern sollte. Alle Antworten sind in Wortwolken dargestellt, je größer und fetter die Schrift, desto häufiger wurde die Antwort genannt. Die interessantesten Antworten wurden ausgewählt und in den folgenden Texten näher erläutert.

Online-Handbücher  
 Mehr Ergonomie bei der 4r-Serie  
Lassen Sie das gute Produkt in Ruhe. Wenn Sie mehr Geld brauchen erhöhen Sie den Preis. Ich bevorzuge  
 Haben kleinere Händler als Ag Pro  
Konzentrieren Sie sich wieder auf Qualität und Zuverlässigkeit und senken Sie zumindest die Preise f  
 Mehr Stahl. Robustere Ausrüstung.  
 Billiger 8295R **Alles** Garantie Ausbildung  
Beenden Sie die Monopolisierung des Händlernetzes. Wenn es keinen Preiswettbewerb gibt, werden wir a  
 Leichter Zugang zu Schraubenschlüsseln im Raum. Ingenieure müssen einen Tag lang mit Schraubenschlüssel  
 Die Qualität darf nicht gesenkt werden um Marktanteile zu gewinnen.  
 Nicht mehr als 10 Filialen unter einer Eigentümergruppe zulassen.  
 Konkurrenzfähige Preise für Maschinen und Ersatzteile.  
Die neuere Technologie muss benutzerfreundlicher werden und von den Nutzern bedient werden können.  
 Ag Pro kann einen besseren Service bieten als es der Fall ist.  
Tabelle für ältere Modelle sind zu schwer zu finden. Der originale Händler ist für Hilfe fast wertlos.  
 Unterstützung der Landwirte bei der Reparatur ihrer Maschinen wenn sie über die entsprechenden Kenn  
 Reduzieren Sie den Preis für Ersatzteile  
Ersatzteile sind besser verfügbar und billiger  
**Senkung des Preises**  
Bessere Bedienungsanleitungen bereitstellen. Die anfängliche Qualität braucht mehr Aufmerksamkeit.  
**Dienstleistungen nach dem Verkauf**  
Sie sind sehr teuer aber in der Regel bekommt man das wofür man bezahlt  
Das dortige Händlernetz für Zentral-Minnesota ist aufgrund der Persönlichkeit und Arroganz der Verkä  
Der Preisunterschied zwischen Case und John Deere wird immer größer während der Wertunterschied kle  
Ändern Sie die Position des Zündschlüssels bei den 3038 Kompakttraktoren. Ich habe ein 2019er Modell  
 Lassen Sie kleinere Händler zu die effizienter sind.  
 Besserer Komfort in der Kabine und längere Lebensdauer der Traktoren  
 Die größte Verbesserung wäre es den Eigentümern den Zugang zu Reparaturinformationen zu ermöglichen  
 Bessere Ersatzteiltechniker. Sie müssen besser verstehen, über welche Teile die Leute reden, oder me  
 Die Geräte dürfen nicht in China hergestellt werden.  
**Effiziente Mechaniker**  
 Kostenlose Reparaturinformationen  
 Hydraulik Schaltpläne  
 Verlässlichkeit



# Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die interessantesten Ergebnisse aus den Bewertungen der Landmaschinenhersteller zusammengefasst.

Auf der Grundlage von **25,073 Bewertungen von 16 Marken**, die von Befragten aus 176 Ländern aus der ganzen Welt abgegeben wurden, können uns die Daten wertvolle Erkenntnisse darüber liefern, wie die Menschen in der Branche nicht nur die Qualität der Produkte und der damit verbundenen Dienstleistungen der Hersteller wahrnehmen, sondern auch darüber, wie diese mit ihren (potenziellen Kunden) über die Medien und andere Informationskanäle interagieren können.

# John Deere

**John Deere ist eine der beliebtesten Marken für Schwermaschinen weltweit. Schauen wir uns die Ergebnisse unserer Umfrage an und finden heraus, ob die Teilnehmer an unserer Umfrage dies auch so sahen.**

**In der Online-Umfrage vom 6. März 2023 bis 19. April 2023 erhielt John Deere 3,642 Bewertungen aus 105 Ländern weltweit.**



# John Deere

## 1 Wie würden Sie diese Marke im Allgemeinen bewerten?



Die Befragten aus Nordamerika stuften John Deere  ein als ihre europäischen Kollegen, denn die amerikanische Marke erhielt in den USA  und in Kanada  Punkte.

# John Deere

## 2 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Marke einem Freund oder Kollegen empfehlen?

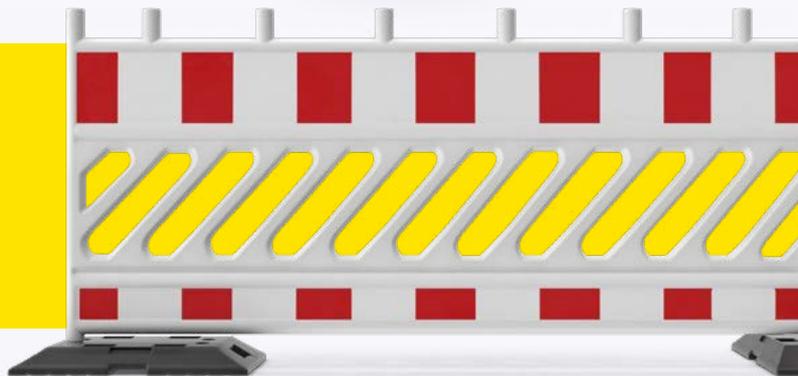
**BESUCHEN SIE  
UNSEREN SHOP**



**i**

Die Ergebnisse zu dieser Frage sind Teil des Premiumberichts.

Wir haben das vollständige Paket für Sie vorbereitet, lassen Sie es uns einfach wissen.

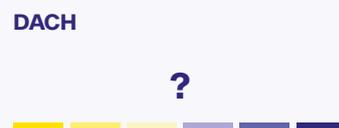
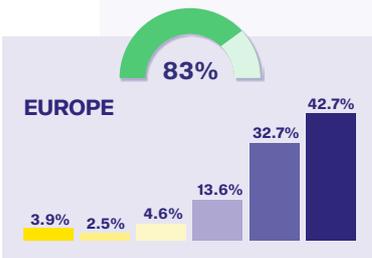


# John Deere

## 3 Wie würden Sie das Händlernetz dieser Marke in Ihrem Land bewerten?

Im Allgemeinen sind die Kunden von John Deere mit dem Händlernetz der Marke zufrieden. In der gesamten europäischen Stichprobe gaben 42.7 % der Befragten an, sogar sehr zufrieden zu sein; je nach Region und Land schwankt die Zahl zwischen 37.1 % (Balkanhalbinsel) und 68.2 % (Osteuropa).

Auf unserem imaginären Tachometer ausgedrückt, liegt das Ergebnis für ganz Europa bei 83 % – mit Schwankungen zwischen 76 % (Balkanhalbinsel) und 88 % (Osteuropa).



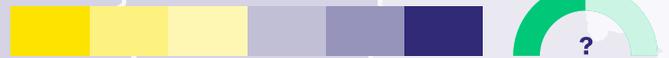
# John Deere

## 3 Wie würden Sie das Händlernetz dieser Marke in Ihrem Land bewerten?

Österreich



Belgien



Frankreich



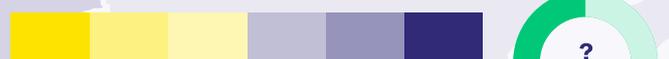
Deutschland



Italien



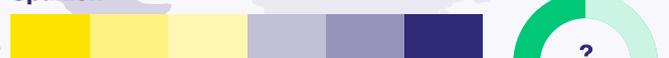
Niederlande



Polen



Spanien



Vereinigtes Königreich



Sowohl in Kanada als auch in den Vereinigten Staaten wird die hohe durch einen Wert von auf dem imaginären Tachometer dargestellt. Rund 50 % der Befragten in beiden Ländern gaben an, .

Kanada



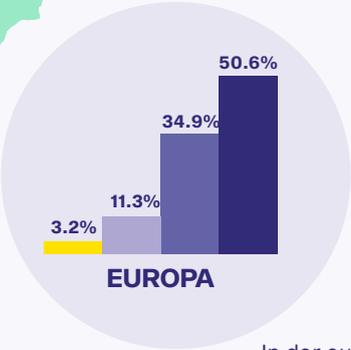
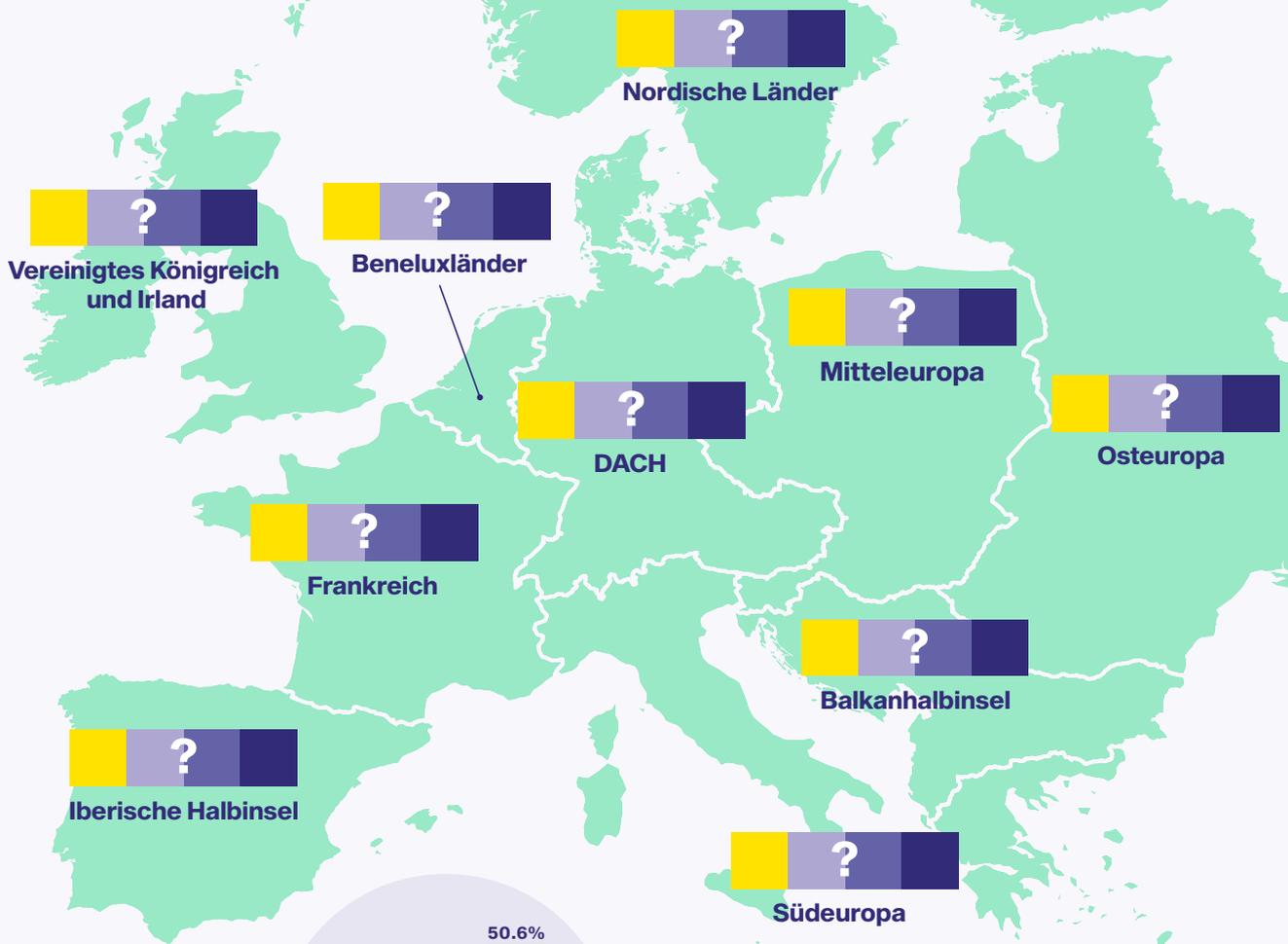
Vereinigte Staaten



# John Deere

## 4

### Wie präsent ist diese Marke Ihrer Meinung nach in den Medien?

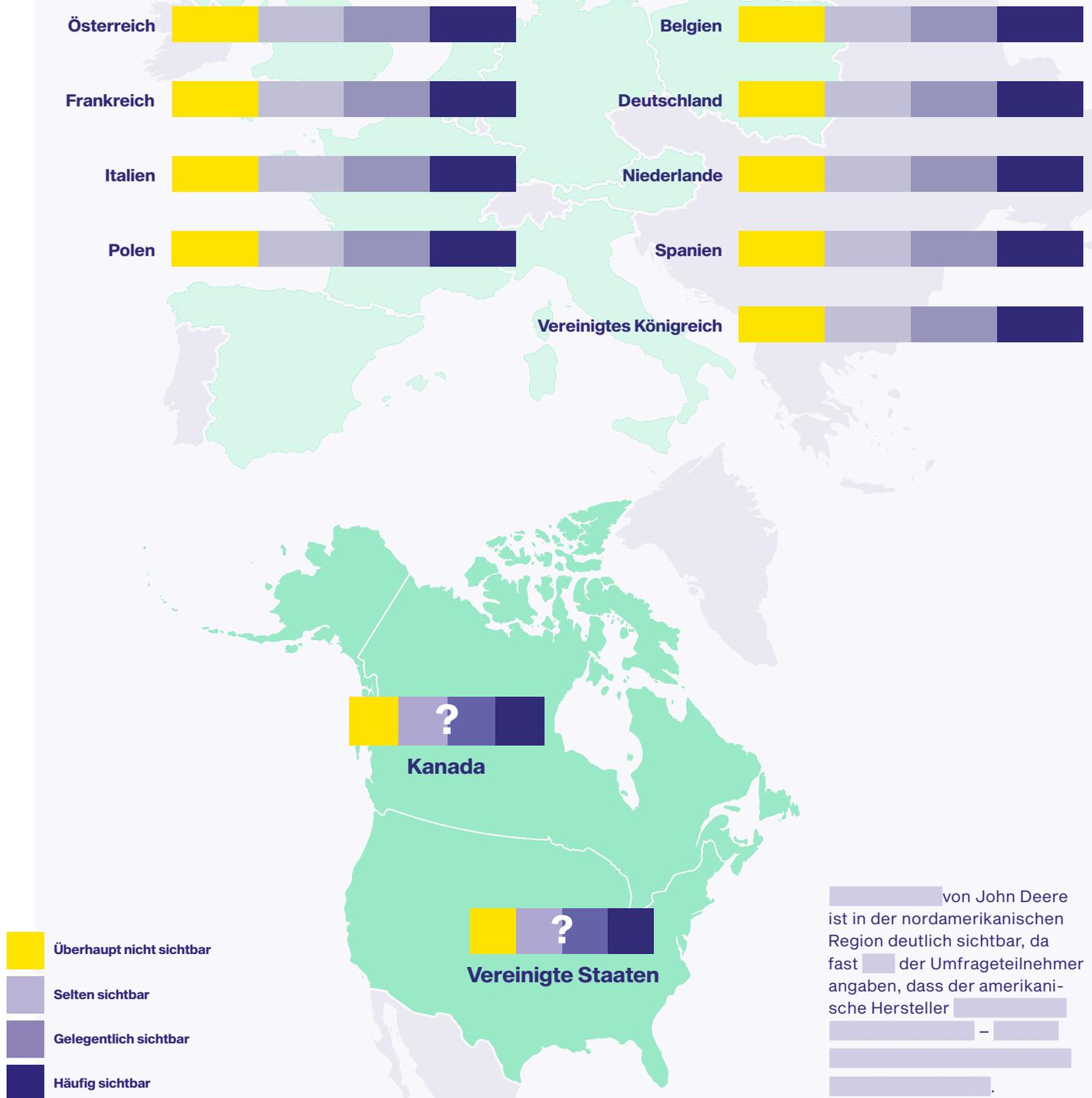


In der europäischen Stichprobe haben nur 3.2 % der Befragten John Deere in den Medien nicht wahrgenommen. Auf regionaler Ebene schwankt die Zahl zwischen 0 % (nordische Länder) und 6.4 % (Balkanhalbinsel).

Die Mehrheit (50.6 %) der Befragten ist der Meinung, dass John Deere häufig wahrgenommen wird - europaweit schwankt die Zahl zwischen 42 % und 72 %.

# John Deere

## 4 Wie präsent ist diese Marke Ihrer Meinung nach in den Medien?

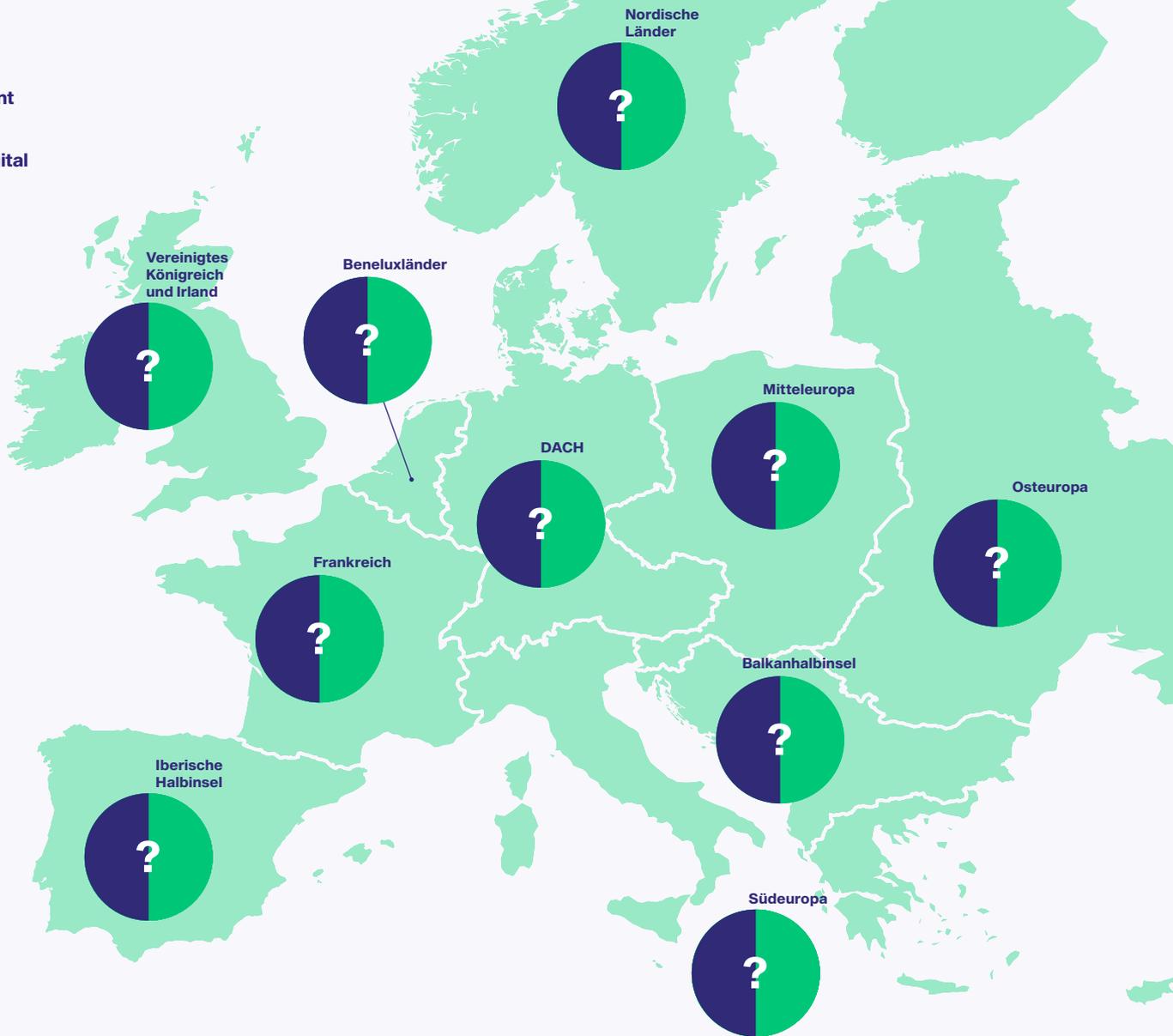


von John Deere ist in der nordamerikanischen Region deutlich sichtbar, da fast der Umfrageteilnehmer angaben, dass der amerikanische Hersteller -

# John Deere

## 4

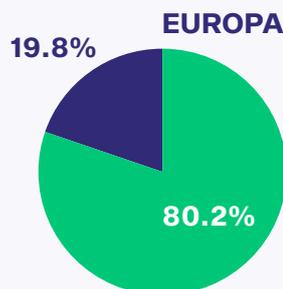
### Wie präsent ist diese Marke Ihrer Meinung nach in den Medien?



**Der Trend geht eindeutig in Richtung digitaler Präsenz.**

Mehr als 80 % der Befragten aus Europa erinnerten sich eher an die Präsenz von John Deere in den digitalen Medien.

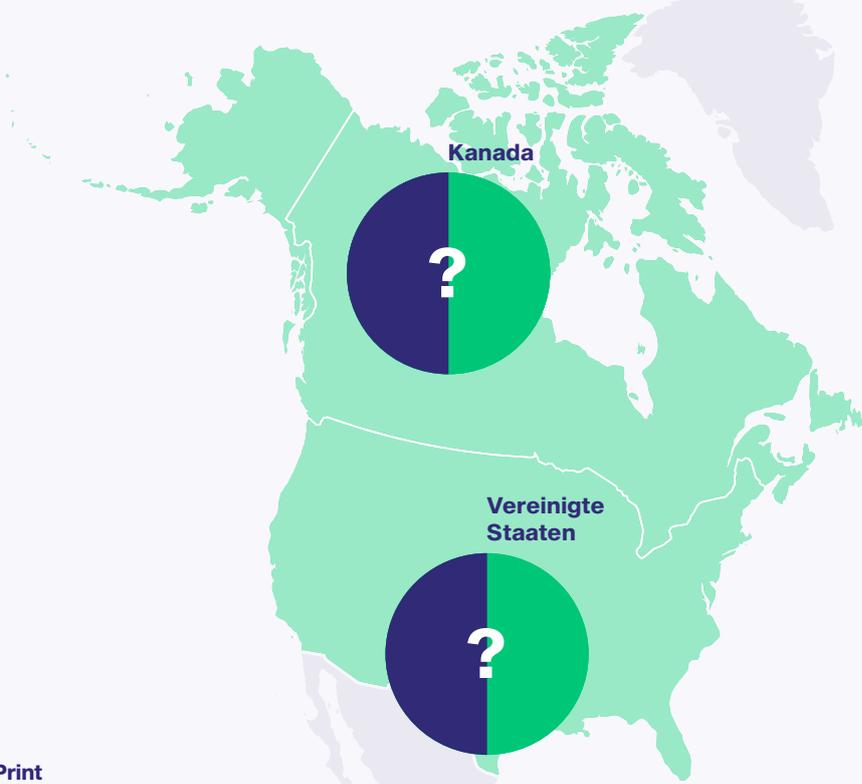
Je nach Region und Land schwankt die Zahl zwischen 72,5 % (Belgien) und sogar 100 % (Osteuropa).



# John Deere

## 4

### Wie präsent ist diese Marke Ihrer Meinung nach in den Medien?



Die nordamerikanische Region scheint  zu sein, da rund  der Teilnehmer . Die Bedeutung digitaler Werbung scheint im Fall von John Deere gut verstanden zu sein.

Print  
 Digital

# John Deere

## 5

Wo suchen Sie am häufigsten nach Informationen über diese Marke und ihre Produkte/Dienstleistungen?

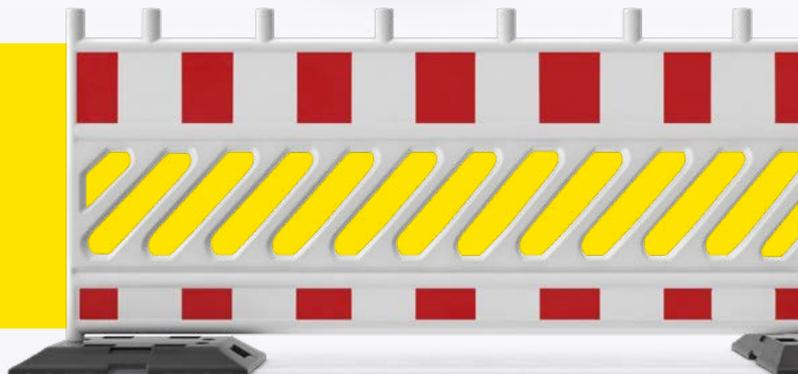
**BESUCHEN SIE  
UNSEREN SHOP**



**i**

Die Ergebnisse zu dieser Frage sind Teil des Premiumberichts.

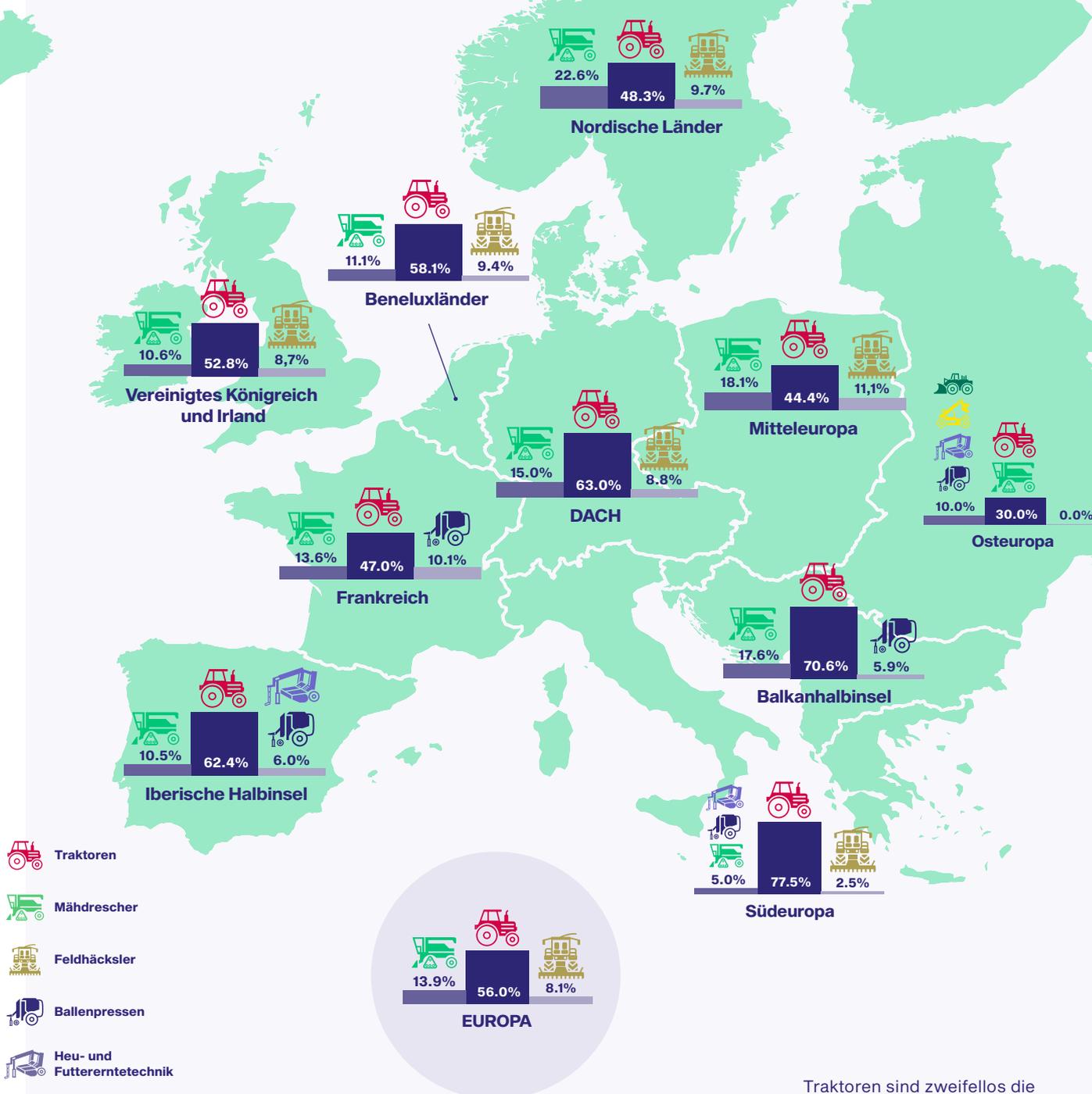
Wir haben das vollständige Paket für Sie vorbereitet, lassen Sie es uns einfach wissen.



# John Deere

## 6

### Welcher Maschinentyp ist Ihrer Meinung nach das beste Produkt dieser Marke?



Traktoren sind zweifellos die beliebtesten Produkte von John Deere (56 % aller Antworten). Im Bereich Europa folgen dann Mährescher und Feldhäcksler.

# John Deere

## 6

### Welcher Maschinentyp ist Ihrer Meinung nach das beste Produkt dieser Marke?

	1	2	3
Österreich	?	?	?
Belgien	?	?	?
Frankreich	?	?	?
Deutschland	?	?	?
Italien	?	?	?
Niederlande	?	?	?
Polen	?	?	?
Spanien	?	?	?
Vereinigtes Königreich	?	?	?



Traktoren



Mähdrescher



Feldhäcksler



Ballenpressen



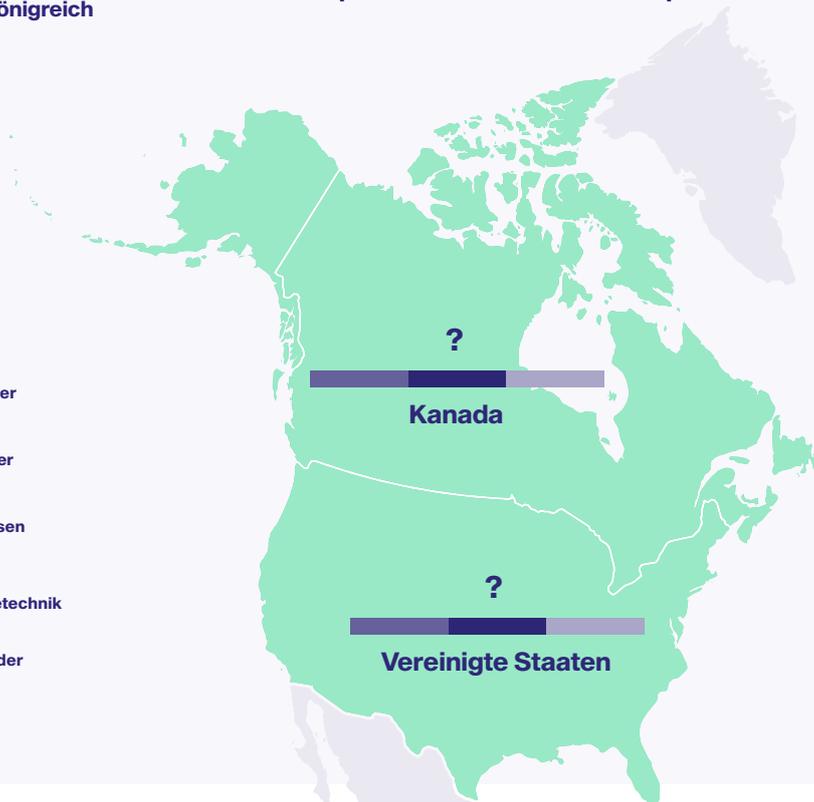
Heu- und Futtererntetechnik



Teleskoplader



Radlader



Ein etwas anderes Ergebnis zeigt sich in Kanada, [ ] und [ ] drittbeste Produkte wählten. Die Befragten aus den Vereinigten Staaten lobten nach [ ].

# John Deere

**7** Welche Marke, die die gleiche/ähnliche Art von Dienstleistung/Produkt anbietet, würden Sie besser bewerten?

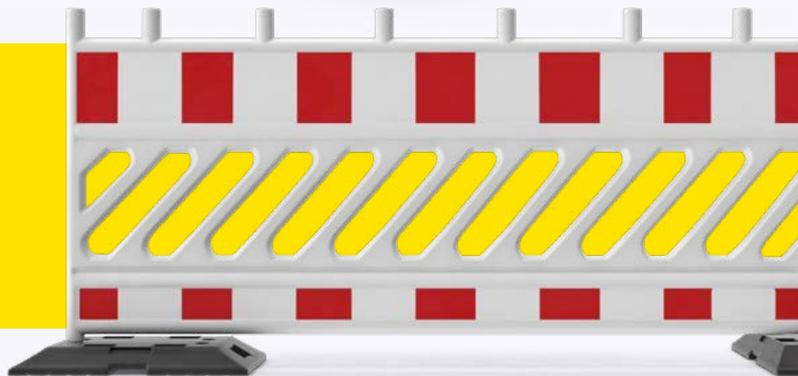
**BESUCHEN SIE  
UNSEREN SHOP**



**i**

Die Ergebnisse zu dieser Frage sind Teil des Premiumberichts.

Wir haben das vollständige Paket für Sie vorbereitet, lassen Sie es uns einfach wissen.



# John Deere

**8** Bitte nennen Sie uns ein paar Aspekte, die die Marke, die Sie derzeit bewerten, verbessern kann:

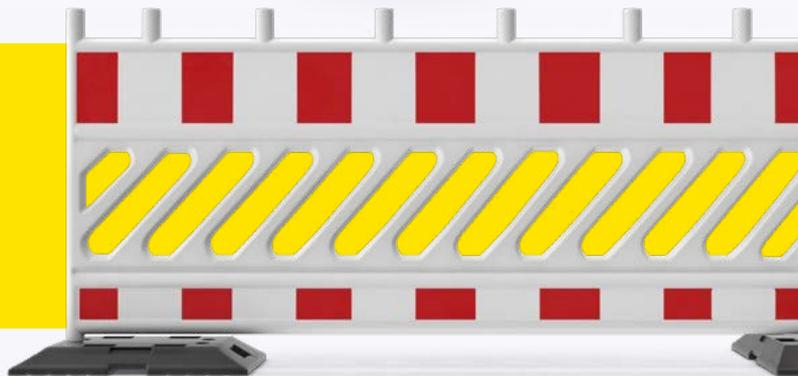
**BESUCHEN SIE  
UNSEREN SHOP**



**i**

Die Ergebnisse zu dieser Frage sind Teil des Premiumberichts.

Wir haben das vollständige Paket für Sie vorbereitet, lassen Sie es uns einfach wissen.





# Möchten Sie noch mehr Erkenntnisse über Ihre Marke gewinnen?

## Die Premium-Versionen enthalten folgende Fragen und die entsprechenden Ergebnisse:

- Wie bewerten Sie diese Marke im Allgemeinen?
- Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Marke einem Freund oder einem Kollegen empfehlen?
- Wie würden Sie das Händlernetz dieser Marke in Ihrem Land bewerten?
- Wie sichtbar ist diese Marke Ihrer Meinung nach in den Medien?
- In welcher Art von Medien ist die Marke am meisten sichtbar?
- Wo suchen Sie am häufigsten nach Informationen über diese Marke und ihre Produkte/Dienstleistungen?
- Welcher Maschinenart ist Ihrer Meinung nach das beste Produkt dieser Marke?
- Welche Marke, die die gleiche/ähnliche Art von Dienstleistung/Produkt anbietet, würden Sie besser bewerten?
- Bitte nennen Sie uns ein paar Dinge, die die Marke, die Sie derzeit bewerten, besser machen könnte.

Möchten Sie einen der Premium-Berichte erwerben? Haben Sie noch weitere Fragen?

[Besuchen Sie unseren Shop](#)



### Premium-Inhalte

#### Individueller Markenbericht

- ordern Sie den vollständigen Bericht für eine einzelne Marke an, unabhängig davon, ob es sich um Ihr Unternehmen oder 15 andere handelt
- Enthält die Ergebnisse für alle neun Fragen
- Detaillierte Analysen auf Regional-/Länderebene – mit grafischer Darstellung
- Bis zu 32 Seiten Inhalt pro Marke
- Verfügbare Reports für: **Amazone, Carraro, Case IH, Claas, Deutz-Fahr, Fendt, John Deere, Krone, Kubota, Kuhn, Landini, Massey Ferguson, McCormick, New Holland, Pöttinger, Valtra**



### Premium-Inhalte

#### Kompletter Markenbericht

- Alles in einem – Sie erhalten eine vollständige Zusammenstellung aller Ergebnisse für 16 landwirtschaftliche Unternehmen: **Amazone, Carraro, Case IH, Claas, Deutz-Fahr, Fendt, John Deere, Krone, Kubota, Kuhn, Landini, Massey Ferguson, McCormick, New Holland, Pöttinger, Valtra**
- Enthält Ergebnisse für die Fragen 1–9
- Detaillierte Analysen auf Regional-/Länderebene – mit grafischer Darstellung
- Mehr als 240 Seiten Inhalt

**LECTURA ist bereit,  
noch tiefer zu graben,  
um Ihnen einen noch  
größeren Nutzen  
zu bieten.**

**Möchten Sie eine  
Umfrage durchführen?**

**Kontaktieren  
Sie uns:**

**[survey@lectura.de](mailto:survey@lectura.de)**



**[www.lectura.de](http://www.lectura.de)**

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt und darf ohne schriftliche Genehmigung von LECTURA weder ganz noch auszugsweise veröffentlicht, kopiert oder vervielfältigt werden.