



Im italienischen Spoleto hat die Geschichte der Agrieuro in den 70er-Jahren begonnen, dort befindet sich auch bis heute der Hauptsitz des Unternehmens.

Filippo Settimi ist CEO von Agrieuro.

Von Italien nach ganz Europa

Als stationäres Geschäft hat Agrieuro in den 70er-Jahren in Italien angefangen. Heute ist der E-Commerce-Spezialist für Land- und Gartenbaumaschinen in ganz Europa aktiv.

Vom nationalen Branchenführer zum Branchenführer in Europa – so lautet das selbstgesteckte Ziel der Agrieuro S.r.l., eines Unternehmens für den Online-Verkauf von Maschinen für Landwirtschaft und Gartengestaltung. Was ursprünglich in den 70er-Jahren als Einzelhandelsgeschäft in Zentralitalien unter Manilo Settimi begann, hat sich mittlerweile unter der Leitung seiner Kinder Filippo, Alessia und Alessandra zu einer spezialisierten Online-Plattform für landwirtschaftliche Geräte und Gartentechnik für B2C entwickelt. Seit mehr als zehn Jahren ist das Unternehmen in den wichtigsten europäischen Ländern – neben dem Heimatmarkt Italien sind das nament-

lich aktuell Deutschland/Österreich, Frankreich und Spanien – aktiv und bietet unter fünf Domains (.com auf Italienisch; .de auf Deutsch; .fr auf Französisch; .es auf Spanisch; .co.uk auf Englisch) über 15.000 Produkte an. Die Hauptakteure von Agrieuro schreiben sich dabei mit Stolz auf die Fahnen, als erstes Unternehmen den E-Commerce für ein Segment geöffnet zu haben, das aufgrund der schieren Größe der Produkte als ungeeignet eingeschätzt worden war.

Inspiration Ebay

Der Wendepunkt in der Geschichte des Familienunternehmens ist das Aufkommen der ersten Online-Marktplätze. Beim Kauf eines Kopierers auf

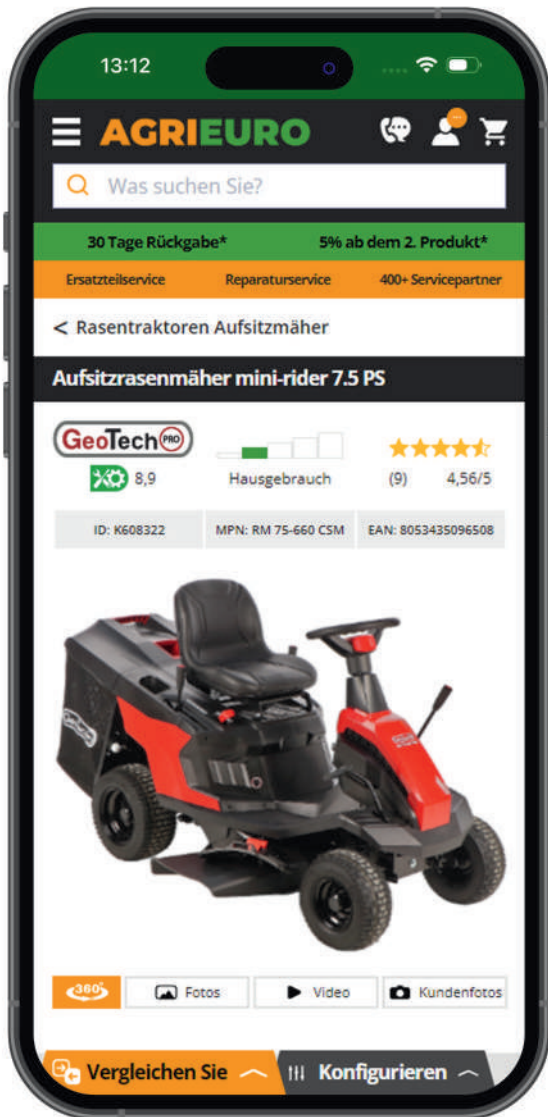
Ebay erkannte Filippo Settimi, CEO von Agrieuro, das Potenzial des Online-Handels und wollte diese Chancen und Vertriebswege künftig auch für sein eigenes Unternehmen nutzen. Gesagt, getan: Ab 2007 wurden die Produkte auch dort online angeboten. Ein Jahr später folgte die offizielle Firmengründung von Agrieuro. Noch im selben Jahr wurde die Website agrieuro.com ins Leben gerufen und schon nach wenigen Monaten übertrafen die Online-Verkäufe die des stationären Geschäfts. 2013 wurden die ersten Eigenmarkenprodukte eingeführt, mittlerweile hat das Unternehmen zehn Marken am Markt. Seit 2017 ist Agrieuro nach eigenen Angaben Marktführer in Italien im Online-

Handel für Land- und Gartenbaumaschinen.

Heute verfügt Agrieuro über vier ausgelagerte Logistikstandorte (Bologna, Novara, Piacenza und Bastia Umbra) sowie einen direkt verwalteten Standort in Spoleto mit insgesamt 68.000 m² überdachter Lagerfläche und insgesamt 56.000 Warenpaletten auf Lager. Die Exporte in die europäischen Länder machen dabei mehr als die Hälfte des Umsatzes aus: 2022 lag der Anteil der Exporte bei 56 Prozent, seit 2023 ist diese Zahl bei 50 Prozent stabil.

Deutschland führt beim Umsatz

Als besonders wichtigen Markt hat das Unternehmen Deutschland identifiziert – Agrieuro misst der Bundesrepublik eine führende Rolle im Geschäft zu, was nicht zuletzt auf die exponentielle Entwicklung im gesamt-



Über fünf Domains vertreibt der E-Commerce-Spezialist Land- und Gartenbaumaschinen in Italien, Deutschland, Frankreich und Spanien.

ten E-Commerce-Sektor zurückzuführen ist. „Im Jahr 2021 hat sich der Umsatz in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt und wächst bis heute weiter. In den letzten Jahren haben wir auch den auf agrieuro.de verfügbaren Produktkatalog erweitert und bieten den deutschen Kunden damit fast die gleiche Produkt- und Markenvielfalt wie auf agrieuro.com an“, berichtet Irina Danninger, Koordinatorin der Deutschland-Abteilung. Hinzu komme, dass der durchschnittliche Warenkorb des deutschen Kunden größer ist als in den anderen Ländern – Tendenz steigend. „Das liegt vor allem da-

ran, dass häufig größere Produkte mit einem höheren wirtschaftlichen Wert, wie Traktoren, Häcksler oder Mulcher, gekauft werden“, so Danninger.

Die Konstanz im Umsatzwachstum der vergangenen Jahre sehen die E-Commerce-Spezialisten als Bestätigung ihrer Strategie, um den Bekanntheitsgrad und das Vertrauen in die Marke in Deutschland zu erhöhen. So hat das Unternehmen verschiedene Maßnahmen ergriffen, beispielsweise die deutsche Domain, muttersprachliche Mitarbeiter für den Kundenkontakt und die Akzeptanz der gängigsten Zahlungsmittel.

Serviceangebot ausgebaut

Aber auch länderübergreifend hat Agrieuro das Portfolio an Services stetig ausgebaut. Im Jahr 2022 hat das Unternehmen sein Partner-Werkstatt-Programm gestartet. Schon davor bestand ein eigener Kundenservice mit Reparatur-Werkstatt, der eine schnelle Rücksendung an den Kunden innerhalb von vier bis fünf Tagen garantiert hatte. Um noch schneller und nachhaltiger zu werden, hat sich der Händler mit nationalen und internationalen Partnern zusammengetan, um den Kunden einen Service in der Nähe anbieten zu können. Die Ersatzteile erhalten die Werkstätten direkt innerhalb von 24 beziehungsweise 48 Stunden von Agrieuro, das mehr als 3000.000 Teile auf Lager hält.

Für seine Premium-Kunden bietet Agrieuro seit Mitte 2024 einen kostenlosen 30-tägigen Rückgabeservice an, Abholung inklusive. Speziell an Profis der Branche wiederum richtet sich

das Programm Agrieuro Professional, das mit Rabatten von 2 bis 20 Prozent für Firmenkunden lockt, notwendig ist dafür lediglich eine Registrierung. Weitere Vorteile sind laut Unternehmen das automatisierten Abrechnungssystem und das vereinfachte Einkaufsmanagement mit dem Pro-Konto.

Zudem erweitert Agrieuro aktuell den Hauptsitz. Dabei wird der Logistikbereich neu gedacht und in das bestehende Lager integriert, insgesamt wird die Erweiterung rund um die After-Sales-Prozesse konzipiert: Auf 5.500 m² werden dort ab dem kommenden Jahr zentral und automatisiert die Reparatur- und Wartungsarbeiten, das Ersatzteilmanagement sowie Lade- und Entladeaktivitäten geregelt. Dafür werden zwei hochmoderne technologische Systeme installiert: „AutoStore“ für kleine und mittelgroße Ersatzteile, und „ONO Lean Logistics“ für die Lagerung und den Umschlag von großen Komponenten. ■



Alle Fotos: Agrieuro

Agrieuro verfügt über vier ausgelagerte Logistikstandorte, an denen die Waren für den Transport vorbereitet werden – hier die Verpackungslinie in Piacenza.