

AL-KO Gardentech: Die Zukunft der Gartenarbeit

Hintergründe, Herausforderungen, Chancen

29.05.2023
Seite 1 von 6

Kötz – Wie sieht eigentlich die Zukunft der Gartenarbeit aus und wie kann diese durch Technologie und Innovation realisiert werden? Daniel Trumpp, Geschäftsführer Technik & Marketing (CTO) bei AL-KO Gardentech, klärt auf und erklärt wie das Traditionsunternehmen AL-KO Gardentech die passenden Gartengeräte für den Garten der Zukunft entwickelt.

Nina Gromes
Marketing- & PR-Communication
Managerin

Phone +49 8221 203-511
nina.gromes@al-ko.com

AL-KO Geräte GmbH
Ichenhauser Straße 14
89359 Kötz
www.al-ko.com

facebook.com/ALKOGarden/

instagram.com/alkogardentech/

Wie sieht aus Ihrer Sicht die Zukunft der Gartenarbeit aus?

Aus meiner Sicht ist die Zukunft der Gartenarbeit emissionsarm, d.h. lärmreduziert und ohne Abgase, und wird smart unterstützt, d.h. jede GärtnerIn erhält die auf ihre Präferenzen zugeschnittene, optimale Unterstützung. Es gibt GartenbesitzerInnen, die möchten am liebsten alle Arbeiten rund um den Garten automatisieren, weil sie vorrangig am Ergebnis, einem wunderschönen, gepflegten Garten, interessiert sind. Andere GartenbesitzerInnen lieben es, im Garten zu arbeiten und sie bezeichnen Gärtnern als ihr Hobby. Diese Zielgruppe genießt es, jede freie Minute im Garten zu verbringen und möchte dabei selbst Hand anlegen, d.h. sie wird auch in Zukunft selbst im Garten arbeiten wollen, dabei aber smart unterstützt werden, um so noch mehr Freude an der Arbeit zu haben und das perfekte Ergebnis – den schönsten Garten in der Nachbarschaft – zu erzielen. Dabei wird stets sichergestellt, dass Tiere und Insekten optimal geschützt werden und ausreichend Lebensraum erhalten.

Wie kann Technologie dabei helfen, diese Zukunftsvision Realität werden zu lassen?

Einen sehr wichtigen Beitrag zur Reduktion der Emissionen leistet die sich stetig weiter entwickelnde Akku-Technologie. Zug um Zug werden alle Arbeiten im Garten mit elektrisch betriebenen Geräten – kabelgebunden oder kabellos mit Akku, je nach Anwendungsgebiet und Convenience Anforderungen – unterstützt werden. Benzinbetriebene Geräte werden mittelfristig aus dem Garten verschwinden. Dies reduziert die Lärmemissionen und kann – bei Einsatz von Strom aus erneuerbaren Energien – auch die Treibhausgasemissionen im Betrieb der Geräte massiv reduzieren. So arbeiten wir nicht nur im grünen Garten, sondern wir arbeiten auch im Garten grün. Neue, digitale Technologien helfen zudem dabei, die Geräte smarter zu machen und die Geräte optimal auf die individuelle GärtnerIn, ihre Vorlieben

und ihren Garten einzustellen und dabei den Anwender zu unterstützen bzw. Aufgaben teilweise oder ganz zu automatisieren. Dabei helfen Schlüsseltechnologien wie das Internet der Dinge, künstliche Intelligenz sowie smarte Sensorik und Aktuatorik.

Seite 2 von 6

Welche Chancen ergeben sich aus diesen technologischen Entwicklungen für AL-KO Gardentech und vor welchen Herausforderungen stehen Sie?

Bei AL-KO Gardentech blicken wir auf eine lange Tradition als Experte für Gartengeräte zurück. Technologie und Innovation stecken in unserer DNA und wir begreifen die technologischen Entwicklungen daher grundsätzlich als Chance, unsere Geräte noch besser auf die Bedürfnisse unserer KundInnen anzupassen und Mehrwerte zu schaffen, die uns klar vom Wettbewerb abgrenzen. Für uns lautet ein wichtiges Ziel bei der Entwicklung neuer Geräte, dass wir jedem Gerät mind. ein „smartes Zusatzfeature“ verpassen wollen, welches ein konkretes Kundenproblem löst und dem Kunden mehr Spaß bei der Gartenarbeit bietet. Aber wir wollen Technologie auch nie als Selbstzweck einsetzen - für uns steht der Kundennutzen stets im Zentrum unserer Entwicklungsaktivitäten.

Die technologische Entwicklung ist rasant - wie schaffen Sie es, sich selbst und ihre Mitarbeiter technologisch auf dem stets aktuellen Stand zu halten?

Das Team ist sehr technologieaffin, mich eingeschlossen, und jeder Mitarbeiter hat ein waches Auge - wenn uns neue, interessante Technologien über den Weg laufen, schauen wir uns diese im Detail an. Wir sind Nerds im Herzen und probieren neue Technologien gerne am liebsten direkt aus, ob beruflich oder auch mal ganz privat. Grundsätzlich lautet unsere Prämisse „Training on the job“, d.h. wir setzen gerne schnell Proof of Concept Projekte auf, um neue Technologien und deren Anwendbarkeit für unsere Produkte und Lösungen im praktischen Einsatz zu verproben und zu erlernen. Hier haben die Mitarbeiter viele Freiräume. Nicht selten entstehen daraus konkrete Feature-Ideen, die dann in laufende oder neue Entwicklungsprojekte einfließen.

Wie passen Nachhaltigkeit und technologische Entwicklung aus Ihrer Sicht zusammen und wie kann Technologie konkret dabei helfen, den Garten der Zukunft nachhaltiger zu gestalten?

Aus meiner Sicht gehen Nachhaltigkeit und technologische Entwicklung Hand in Hand. Wir müssen es als Gesellschaft schaffen, Technologie optimal zu nutzen, um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Hierbei helfen uns insbesondere auch die Elektrifizierung und die Digitalisierung. Konkret im Bezug auf den Garten können wir damit Gartengeräte „von der Wiege bis zur Bahre“ nachhaltiger gestalten, indem wir z.B. Produktionsprozesse effizienter gestalten, im Betrieb der Geräte Emissionen stark reduzieren und die Tierwelt besser schützen sowie Geräte durch optimierte, vorausschauende Wartung langlebiger und besser reparierbar machen.

Welche Entwicklungen sehen Sie generell im Akku-Segment?

Seite 3 von 6

Wir sehen heute in unserer Branche und darüber hinaus immer noch einen relativ stark fragmentierten Markt an Akku-Systemen. Nahezu jeder Hersteller bietet heute eines oder mehrere proprietäre Akku-Systeme an, d.h. die Akkus können nur für die eigenen Geräte genutzt werden. Aus Kundensicht bedeutet dies, dass man sich entweder von vornherein auf einen einzigen Hersteller beschränken muss oder mehrere Akkus unterschiedlicher Hersteller beschaffen muss, was teuer und nicht nachhaltig ist. Aus meiner Sicht muss und wird sich diese Fragmentierung zeitnah auflösen - es müssen Standards entwickelt werden, um Akkus über Geräte unterschiedlicher Anwendungsgebiete und verschiedenster Hersteller hinweg versatil laden und verwenden zu können. Dies trägt zur Nachhaltigkeit bei und macht Akku-Systeme für Kunden kostengünstiger und deutlich besser handhabbar.

Wir bei AL-KO Gardentech haben uns daher frühzeitig für eine Partnerschaft mit Bosch entschieden, um unsere innovativen, qualitativ hochwertigen Akku-Gartengeräte mit einem qualitativ hochwertigen Akku von Bosch auszustatten. Wir bieten eine kontinuierlich wachsende Range an AL-KO Akku-Gartengeräten an, die mit dem 18V Bosch Home & Garden Akku betrieben werden können. Kunden, die bereits einen 18V Bosch Home & Garden Akku zu Hause haben, können diesen somit auch für den Betrieb unserer Geräte nutzen. Das schafft Vorteile für den Kunden und für uns als Hersteller.

Können Sie uns mehr dazu erzählen, wie AL-KO Gardentech künstliche Intelligenz einsetzt oder plant einzusetzen?

Wir beschäftigen uns aktiv mit den Anwendungsmöglichkeiten von künstlicher Intelligenz zur Optimierung unserer Prozesse, zur Verbesserung unserer Produkte sowie zur Schaffung gänzlich neuer Vorteile für unsere Kunden. Wichtig ist uns auch hier, dass wir KI nicht als Selbstzweck einsetzen. Wenn wir ein Problem z.B. mit regelbasierten Verfahren schneller, einfacher und transparenter lösen können, versteifen wir uns nicht darauf, das Problem unbedingt mit KI zu lösen. Bei der Entwicklung von KI-Verfahren kommt im ersten Schritt der konkreten Problemformulierung sowie der Organisation, Analyse und Aufbereitung der in unserem Haus vorliegenden Daten ein hoher Stellenwert zu. Nur wenn wir sauber definiert haben, welches konkrete Problem gelöst werden soll und darauf basierend alle notwendigen Daten in guter Qualität vorliegen, können wir im nächsten Schritt KI-Verfahren mit diesen Daten trainieren. Wir haben den Fokus für den Einsatz von KI-Verfahren momentan auf zwei Anwendungsgebiete gelegt, zum einen der Optimierung unserer Prozesse und zum anderen der Bereitstellung smarterer Empfehlungen für unsere Kunden entlang der kompletten Kette vom Kauf über die Installation, den Betrieb und die Wartung unserer Produkte.

Wie zeigen sich die technologischen Entwicklungen schon heute im Produktportfolio von AL-KO Gardentech?

Seite 4 von 6

In den vergangenen Jahren haben wir unser Sortiment stark weiterentwickelt, sowohl im Hinblick auf Akku-Technologie als auch durch den Einsatz smarterer Technologien. Wir haben mittlerweile eine ganze Reihe an smarten, akkubetriebenen Produkten im Portfolio, die dem Kunden das Leben leichter machen. Das Smartphone wird hier zum Bestandteil des Produkts und ermöglicht die direkte Interaktion mit dem Produkt. Zum Beispiel kann man bei unseren smart-connected Rasentraktoren das Smartphone in eine hinter dem Lenkrad gelegene Smartphone Halterung legen und das Smartphone mit unserer AL-KO inTOUCH® App verwandelt sich in das digitale Cockpit des Rasentraktors. Per Bluetooth tauscht es in Echtzeit Daten mit dem Gerät aus und sendet diese auch zur Weiterverarbeitung in unsere AL-KO Smart Cloud. Mit den Daten können wir dem Kunden sofort smarte Empfehlungen zum optimierten Mähbetrieb während der Fahrt liefern und ermöglichen damit nicht nur perfekte Mähergebnisse, sondern bereiten dem Kunden auch viel Spaß beim Mähen. Zudem können wir eine optimale Wartung des Geräts sicherstellen. Und für Kunden, welche nicht selbst mähen möchten, bieten wir mit unserem smarten, stylischen Mähroboter Robolino® die perfekte Lösung an, die sich auch nahtlos ins Smart Home des Kunden integriert. „Alexa, frag AL-KO, wie es Robbie geht“. Selbstverständlich kann jeder Kunde seinem smarten Familienmitglied einen individuellen Spitznamen geben.

Inwiefern stellt aus Ihrer Sicht die Digitalisierung ein Risiko dar (Stichwort: Cyberkriminalität, Datenschutz, etc.) und wie wirkt AL-KO dem entgegen?

Selbstverständlich erwachsen aus neuen Technologien auch gewisse Risiken. Wir sehen grundsätzlich eher die Chancen, haben die Risiken aber stets im Blick. Für uns ist es selbstverständlich, dass wir die Daten unserer Kunden im digitalen Raum bestmöglich schützen. Daher legen wir großen Wert darauf, die Daten unserer Kunden und deren Geräte in Europa zu speichern. Zudem führen wir regelmäßige IT Security Assessments durch, um die Sicherheit unserer Systeme entlang der gesamten Kette vom Gerät über die Backend-Systeme bis zu unserem digitalen Kundenplattformen bestmöglich zu gewährleisten.

Welche konkreten Chancen ergeben sich aus den technologischen Entwicklungen für den stationären Fachhandel?

Für uns ist es das oberste Ziel, unseren stationären Fachhandel bei den technologischen Entwicklungen mit zu nehmen und diese zu nutzen, um dem Fachhändler die Interaktion mit seinen Kunden und seine Arbeit zu erleichtern und einen bestmöglichen Service anzubieten. Dies fängt bei der optimalen Verkaufsberatung an und geht bis zur kundenzentrierten, qualitativ hochwertigen Serviceabwicklung. Wir richten unsere Prozesse und unser Sortiment konsequent auf die Bedürfnisse des stationären Fachhandels aus und bieten mit der Marke solo® by AL-KO eine exklusive Marke mit innovativen,

smarten, qualitativ hochwertigen, exklusiven Produkten für den Fachhandel an. Unsere Fachhändler können rund um die Uhr über unseren Händlerwebshop Produkte und Ersatzteile bei uns bestellen. Und wir haben für unsere Fachhändler das AL-KO Service Dashboard entwickelt – die zentrale digitale Plattform für alle servicebezogenen Aktivitäten rund um AL-KO und solo® by AL-KO Produkte. Diese Plattform ermöglicht es unseren Fachhändlern, rund um die Uhr Produkt- und Serviceinformationen abzurufen, ihre Prozesse mit AL-KO abzuwickeln und die Geräte ihrer Kunden im Überblick zu behalten. Doch nicht nur das – der Fachhändler kann über das Service Dashboard remote auf die smart-connected Geräte seiner Kunden zugreifen (sofern die Kunden die Erlaubnis dazu erteilen), deren Status überwachen, Wartungsbedarfe identifizieren und den Kunden proaktiv kontaktieren, um Ausfälle des Geräts möglichst zu vermeiden. Sollte doch einmal ein Problem beim Kunden auftreten, kann der Händler über das Service Dashboard eine Ferndiagnose vornehmen, indem er die komplette Wartungshistorie des Geräts einsehen kann, den Fehlerspeicher des Geräts seit Produktionsdatum auslesen kann und alle relevanten Sensorwerte und Gerätezustände historisiert einsehen kann. Der Fachhändler steht im Zentrum all dieser Aktivitäten, da wir überzeugt davon sind, dass unsere kompetenten, qualifizierten Fachhändler der Schlüssel zu einem rundum zufriedenen Endkunden sind. Das ist für uns der Service der Zukunft – nah, persönlich, digital unterstützt. Mit dieser konsequenten Ausrichtung auf den stationären Fachhandel sind unsere Fachhändler sehr zufrieden – in einer jüngst veröffentlichten umfassenden Befragung der Fachhändler in Deutschland (Leistungsspiegel Motoristik markt intern) mit Bewertungszeitraum 2022 wurde unsere Marke solo® by AL-KO auf den 2. Platz unter allen Herstellermarken gewählt.

Seite 5 von 6

Über AL-KO

Die AL-KO GROUP zählt mit den Unternehmensbereichen „Gardentech“ und „Automotive“ zu den Global Playern unter den deutschen Mittelständlern. Das moderne Traditionsunternehmen, mit Hauptsitz in Kötz bei Augsburg, beschäftigt rund 1.900 Mitarbeiter*innen und ist an mehr als 25 Standorten weltweit tätig. Im Jahr 2022 erwirtschaftete die AL-KO GROUP einen Umsatz von rund 500 Millionen Euro. Die mittlerweile über 90 Jahre bestehende Unternehmensgruppe wird von CEO Peter Kaltenstadler verantwortet. Was 1931 als kleine Dorfschmiede begann, ist 2023 ein weltweit agierender Technologiekonzern. Dabei steht das Markenversprechen „Quality for Life“ damals wie heute für die einzigartige Produkt- und Servicequalität von AL-KO. Mehr unter www.al-ko.com.

Die AL-KO GROUP ist Teil des PRIMEPULSE Verbunds. Die PRIMEPULSE SE ist eine dynamisch wachsende Beteiligungsholding mit Sitz in München. Im Fokus stehen technologieorientierte Unternehmen in zukunftssträchtigen Märkten. Die Unternehmensgruppe erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 1 Milliarde Euro und beschäftigt über 5.000 Mitarbeiter*innen weltweit. PRIMEPULSE verfolgt einen

langfristigen, wertorientierten Beteiligungsansatz und versteht sich als strategischer Partner ihrer Gruppenunternehmen, der diese in ihren Wachstumsambitionen und der Digitalen Transformation aktiv unterstützt. Hinter PRIMEPULSE stehen die erfolgreichen Gründer, Unternehmer und langjährigen Manager der im TecDAX notierten CANCOM SE. Mehr unter www.primepulse.de.

Seite 6 von 6