



VERBAND DER DEUTSCHEN
AUTOMATENINDUSTRIE E.V.

Dircksenstr a e 49, 10178 Berlin
Tel.: (0 30) 28 40 70, Fax: (0 30) 28 40 72 72
E-Mail: vdai@vdai.de
Internet: www.vdai.de

Mitglied im

Bundesverband der
Deutschen Industrie e.V.



PRESSE-INFORMATION

**VD AI-Wirtschaftspressekonferenz Frühjahr 2008
am 14. Januar 2008 in Düsseldorf**

**Christian Trenner
Vorsitzender der Fachabteilung
Waren- und Leistungsautomaten des VDAI**

1. Warenautomatenwirtschaft: Überblick
2. Daten und Fakten
3. Situation und Trends

WARENAUTOMATENWIRTSCHAFT

- Überblick -

1. Daten und Fakten

In Deutschland sind insgesamt ca. 1,033 Mio. Zigaretten-, Getränke- und Verpflegungsautomaten aufgestellt. Im europäischen Vergleich belegt Deutschland mit ca. 533.000 Getränke- und Verpflegungsautomaten Rang vier hinter Frankreich (598.000 Geräte), Italien (613.650 Geräte) und Spanien (619.000 Geräte). Vor allem die kleinen, servicefreundlichen Table-Top-Geräte erfahren jährlich einen deutlichen Zuwachs. Die Zahl der Zigarettenautomaten hat in den letzten Jahren auf ca. 500.000 abgenommen. Dies liegt vor allem darin begründet, dass die Ausrüstung von noch aufgestellten, mechanischen Zigarettenautomaten mit einem Jugendschutzmodul nicht möglich bzw. zu kostenintensiv war.

Der Operatorumsatz mit Zigaretten-, Getränke- und Verpflegungsautomaten belief sich 2006 auf 6,915 Mrd. Euro. Im Einzelnen erwirtschafteten die 533.000 aufgestellten Getränke- und Verpflegungsautomaten ca. 2,415 Mrd. Euro (Umsatzzuwachs 2006: +5 %) und die ca. 500.000 Zigarettenautomaten ca. 4,5 Mrd. Euro (Umsatz 2006: konstant; Menge: -6,5 %).

2. Situation und Trends

Die Mehrzahl aller Getränke- und Verpflegungsautomaten stehen derzeit in Büros sowie in Produktionsstätten und dienen der Betriebs- bzw. Zwischenverpflegung mehr oder weniger „rund um die Uhr“. Vor allem die im Büro-Bereich eingesetzten, kleinen Table-Top-Kaffeeautomaten sowie Wasserspender sind weiter auf dem Vormarsch. Der Betrieb von Waren- und Leistungsautomaten findet auch immer mehr Einzug im Bereich des Public Vending (z. B. auf Bahnhöfen, Haltestellen, Flughäfen etc.). Weitere, wichtige Zielgruppen bzw. Ziele sind die Segmente HoReCa (Hotel, Restaurant, Catering), Care (Krankenhäuser, Pflegeheime) und die Schulverpflegung in Ganztagschulen. Das steigende Gesundheitsbewusstsein der Menschen spiegelt sich auch in der Vending-Branche wieder. Der Trend geht weg von den polemisch als „unsinnige Verführer und Dickmacher“ bezeichneten Snackautomaten hin zu Automaten für bzw. mit Bioprodukte/n.

3. Technologische Entwicklungen

- Die Automatenlogistik wird derzeit nachhaltig durch die sog. **Funkvernetzung** (drahtlose Kommunikation vom Gerät bzw. zum Gerät) verändert. Das Anwendungsspektrum reicht von der Identifikation und Standortbestimmung, über die maschinelle Überwachung, Wartung und Datenferndiagnose, bis hin zu elektronischen Fehlermeldungen und Fehlerbehebungen. Die Datenfernübertragung von bzw. zwischen Automaten ist heute in Deutschland an über 3.000 Geräten realisiert. Die verstärkte Vernetzung gewährleistet eine bessere und umfassendere Kontrolle der Vendingautomaten (Stichwort: Ermittlung von „Rennern und Pennern“) sowie eine Senkung der Kosten für Wartung, Service und Reparatur.
- Banknotenakzeptoren finden ergänzend zu Münzsystemen vermehrt Anwendung in Waren- und Leistungsautomaten. Auch der **bargeldlose Zahlungsverkehr** macht vor Automaten nicht Halt. Dies ist nicht nur Konsequenz des technischen Fortschritts, sondern auch Voraussetzung für das Angebot von Produkten und Leistungen im gehobenen Preissegment (z. B. elektronische Geräte). 25 % aller Waren- und Leistungsautomaten sind be-

reits mit bargeldlosen Zahlungssystemen ausgestattet – Tendenz steigend. Handy-Bezahlssysteme sind zwar technisch machbar, doch fehlt es noch an einem einheitlichen System, das jedem Automatenbetreiber und jedem Konsumenten offen steht.

4. Warenautomaten und Ladenschluss

Bis 2003 waren Warenautomaten vom Anwendungsbereich des Ladenschlussgesetzes ausdrücklich ausgenommen. Durch die Novellierung des Ladenschlussrechts im Mai 2003 sollte das Gesetz modernisiert und vereinfacht werden. Konsequenterweise wurden Warenautomaten aus dem Anwendungsbereich des Gesetzes ausgenommen. Materielle Änderungen waren nicht beabsichtigt.

Zu welchen paradoxen Überlegungen dies führen kann, zeigt ein aktueller Aufsatz in der Zeitschrift *GewerbeArchiv* (2007/11-12). Den „modern“ denkenden Autoren ist die Schlussfolgerung „was nicht verboten ist, ist erlaubt“ fremd. Sie sehen – rein formal – einen rechtsfreien Raum, der geregelt werden sollte. Ist dies das, was mit Entbürokratisierung und Deregulierung gemeint ist? Vielen Dank!

WARENAUTOMATENWIRTSCHAFT - Daten und Fakten -

- Wirtschaftsstruktur:** Die Warenautomatenwirtschaft ist, ebenso wie die Unterhaltungsautomatenwirtschaft, durchgängig mittelständisch strukturiert.
- Unternehmen:**
- Ca. 30 Hersteller von Getränke-, Verpflegungs-, und Zigarettenautomaten
 - Ca. 1.000 Getränke- und Verpflegungsautomatenaufsteller
 - Ca. 250 Zigarettenautomatenaufsteller
- Arbeitsplätze:** Ca. 40.000 direkt bzw. indirekt beschäftigte Mitarbeiter.
- Operator-Umsätze:**
- Ca. 2,415 Mrd. € aus ca. 533.000 Getränke- und Verpflegungsautomaten (Umsatz 2006: +5 %)
 - Ca. 4,5 Mrd. € aus dem Verkauf von ca. 21 Mrd. Zigaretten aus 500.000 Zigarettenautomaten (Umsatz 2006: konstant; Mengenabsatz: -6,5 %)
- Gerätetypen:**
- In Deutschland sind ca. 1,033 Mio. Tabakwaren- sowie Getränke- und Verpflegungsautomaten aufgestellt, davon:
 - Ca. 500.000 Zigarettenautomaten
 - Ca. 288.000 Heißgetränkeautomaten (202.000 Table-Top-Geräte und 86.000 Standautomaten)
 - Ca. 153.000 Kaltgetränkeautomaten
 - Ca. 62.000 Snackautomaten
 - Ca. 27.000 Verpflegungsautomaten
 - Ca. 3.000 Eisautomaten.
 - Hinzu kommen ca. 780.000 Klein-, Park- und Fernsprechautomaten:
 - Ca. 30.000 Parkautomaten (Großautomaten)
 - Ca. 150.000 öffentliche Fernsprecher
 - Ca. 600.000 Kleinautomaten (Parkuhren, Solarien und Automaten für Blumen, Süßigkeiten etc.).
- Situation:**
- Table-Top-Geräte, d. h. kleine, servicefreundliche Heißgetränkeautomaten liegen im Trend (2006 erwirtschafteten 202.000 Geräte ca. 649,5 Mio. €). Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Geräteanzahl um 26 % erhöht; der Umsatz ist mit 160 % um weit mehr als das Doppelte gestiegen.
 - Die meisten Automaten (90 %) stehen in Produktionsbetrieben und dienen der Mitarbeiterversorgung.
 - Erhebliches Wachstumspotential liegt im Bereich des „Public-Vending“ (Schulen, Krankenhäuser, Universitäten, Behörden etc.).
 - Wichtigster Motor der Branche ist der Export (Trend geht nach Osten).
 - Hohe Investitionskosten erzeugte die Umrüstung der Zigarettenautomaten bis 01.01.2007 (§ 10 Abs. 2 JuSchG - Zugriff unter 16-Jährigen versagt). Zusätzlicher, neuer Investitionsbedarf entsteht durch die im Gesetz zum Schutz vor den Gefahren des Passivrauchens verankerte Pflicht bis spätestens zum 01.01.2009 das Abgabalter von Zigaretten an Automaten auf 18 Jahre hoch zu setzen.
- Internationaler Rang:** In Bezug auf die aufgestellten Automaten belegt Deutschland unter den europäischen Ländern mit ca. 533.000 Getränke- und Verpflegungsautomaten den vierten Rang hinter Frankreich (598.000 Geräte), Italien (613.650 Geräte) und Spanien (619.000 Geräte).

WARENAUTOMATENWIRTSCHAFT - Situation und Trends -

Im Bezug auf Warenautomaten kann von einem weitgehend positiven Verhältnis der Menschen zur Technik ausgegangen werden. Der Automat ist ein selbstverständlicher, vertrauter Partner, der mit seinem 7 Tage/24 Stunden Service, seinem geringen Platzbedarf und seiner Allgegenwärtigkeit den Bedürfnissen der Konsumenten in hohem Maße gerecht wird.

Office Coffee Service/Wasserspender

Im Büro-Bereich werden zunehmend kleine Table-Top-Kaffeautomaten eingesetzt. Aufgrund der Vielfältigkeit des Angebots an Heißgetränkeautomaten, moderner Brühtechniken sowie des dem Niveau der gehobenen Gastronomie entsprechenden Qualitätsstandards ist die Erschließung neuer Marktsegmente möglich. Dies korrespondiert mit dem Coffee-to-go-Trend, der zum weltweiten Phänomen geworden ist. Die ideale Ergänzung zu Kaffeautomaten sind zunehmend automatisierte Wasserspender: Zum einen die sog. „Bottle-Water-Cooler“ und zum anderen leitungsgesicherte Wasserspender mit Kohlensäurezugabe. Steigendes Gesundheitsbewusstsein, Aufgeschlossenheit vieler Menschen gegenüber der Umwelt, konstante Frische rund um die Uhr und gleichbleibend gute Qualität sind Gründe für die hohe Akzeptanz dieses Angebots.

Public Vending

Öffentlich zugängliche Bereiche werden durch Waren- und Dienstleistungsautomaten Schritt für Schritt erschlossen. Automaten werden immer häufiger auf Bahnhöfen, an Haltestellen, in Flughäfen, Freizeiteinrichtungen, Sportstätten, Baumärkten und Kaufhäusern aufgestellt. Von Parktickets bis hin zu Gütern des täglichen Bedarfs wird ein vielfältiges Angebot sowohl im Food- als auch im Non-Food-Business geboten. Moderne Automatentechnik i. V. m. einer Art Lifestyle-Erlebnis führt zu einer Renaissance der „stummen, viereckigen Verkäufer“. Die aktuell originellsten Exemplare sind Madenautomaten für vergessliche Fischer sowie Bücherautomaten als Lieferanten literarischer Snacks.

HoReCa (Hotel, Restaurant, Catering)

Wichtige Zielgruppen der Vending-Automatenwirtschaft sind die mit HoReCa (Hotel, Restaurant, Catering) und Care (Krankenhäuser, Pflegeheime) bezeichneten Segmente. In der Hotelbranche lautet das Motto „Bed and Breakfast – ökonomisch Hand in Hand mit Vending“. Im Gesundheitswesen befinden sich innovative Automaten in der Entwicklungs- bzw. Testphase. Diese sollen im Apothekendienst bzw. zu Logistikzwecken im Krankenhausbereich Verwendung finden.

„Green-Line-Offensive“

Eine Trendwende weg von den polemisch als „ungesunde Verführer und Dickmacher“ bezeichneten Snackautomaten hin zu Food- and Beverage-Automaten mit Bio- und Wellnessprodukten zeichnet sich ab. Eine Umrüstung der aufgestellten Snack- und Verpflegungsautomaten im Sinne einer sog. „Green-Line-Offensive“ ist nur konsequent – d.h. die Automaten werden mit Obst, Sandwiches, Salat etc. von anspruchsvoller Bioqualität bestückt.

Schulverpflegung

Aufgrund der statistisch erwiesenen zunehmenden Fettleibigkeit von Kindern und Jugendlichen setzt die Vending-Automatenwirtschaft auf eine Health- and Fitness-Offensive im Schulverpflegungsbereich. Ein neues Marktsegment bilden Ganztagschulen, wo es häufig nur wenig professionelle Verpflegungslösungen gibt. Die Automatenbranche muss allerdings bezüglich des Warenangebots Lösungen finden, die den vielfach abweichenden Vorstellungen der Schüler einerseits sowie der Pädagogen und Eltern andererseits gerecht werden.

Datenübertragung

Die Automatenlogistik wird derzeit nachhaltig durch die sog. Funkvernetzung (drahtlose Kommunikation vom Gerät bzw. zum Gerät) verändert. Das Anwendungsspektrum reicht von der Identifikation und Standortbestimmung, über die maschinelle Überwachung, Wartung und Datenfern diagnose, bis hin zu elektronischen Fehlermeldungen und Fehlerbehebungen. Die Datenfernübertragung von bzw. zwischen Automaten ist heute in Deutschland an über 3.000 Geräten realisiert. Die verstärkte Vernetzung gewährleistet eine bessere und umfassendere Kontrolle der Vendingautomaten (Stichwort: Ermittlung von „Rennern und Pennern“) sowie eine Senkung der Kosten für Wartung, Service und Reparatur.

Design

Die vormalige Blechkiste mit dem Erscheinungsbild „quadratisch, praktisch, unauffällig“ hat ausgedient. Automaten sollen heute Emotionen wecken und zur Kommunikation anregen. Im Hinblick auf die Verkaufspsychologie ist die Berücksichtigung von immer mehr Designaspekten erforderlich (wie Licht, Farbe, Form) aber auch die visuelle Kommunikation und die Sprachsteuerung. Die Zukunft des Automatendesigns liegt erstens in der Vereinfachung, zweitens in der Animation und drittens im Mehrfachnutzen.

Technikneuheit „Robimat“

Interessant ist der neue „Robimat“. Dieser Automat erledigt via Robotorgreifarm Verkaufsvorgänge behutsam und in kürzester Zeit. Die Vorteile liegen (1) in der bedienerfreundlichen Ausgabehöhe, d.h. die Entnahme der Ware kann im Stehen erfolgen; (2) dem schüttelfreien Transport der Ware, (3) der Möglichkeit des Kunden, die Ware durch die Glastür beim Verkaufsvorgang zu beobachten und (4) der Vandalismusresistenz durch die eingebaute Schleusenfunktion. Nicht nur der „Robimat“ verdeutlicht, dass die Berücksichtigung von Designaspekten (wie Licht, Farbe, Form) aber auch die visuelle Kommunikation immer mehr in den Vordergrund tritt. Hinzukommt, dass diese neue Automatengeneration es ermöglicht, dass auch hochwertige Produkte (wie Digitalkameras, MP3-Player, iPods etc.) relativ problemlos über Automaten verkauft werden können.

Zahlungssysteme

Banknotenakzeptoren finden ergänzend zu Münzsystemen vermehrt Anwendung in Waren- und Leistungsautomaten. Auch der bargeldlose Zahlungsverkehr macht vor Automaten nicht Halt. Dies ist nicht nur Konsequenz des technischen Fortschritts, sondern auch Voraussetzung für das Angebot von Produkten und Leistungen im gehobenen Preissegment (z. B. elektronische Geräte). 25 % aller Waren- und Leistungsautomaten sind bereits mit bargeldlosen Zahlungssystemen ausgestattet – Tendenz steigend. Neben den Kredit-Kartensystemen und der Geldkarte wird künftig auch das Bezahlen mit dem Handy an Bedeutung zunehmen. Hier bereitet ein providerübergreifendes System für Automatenbetreiber und Konsumenten noch die größten Herausforderungen, doch erste Lösungen sind in der Testphase (Peaches).

Automatenspezifische Berufe

Automaten sind aus dem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. High Tec-Ausstattungen bzw. -Anwendungen lassen die Anforderungen an die Beschäftigten in der Automatenwirtschaft steigen. In einem ersten Schritt wurden bereits Ende der 90er Jahre auf die Bedürfnisse der Automatenwirtschaft zugeschnittene Weiterbildungslehrgänge eingeführt. Neu sind eigenständige Ausbildungsberufe: Im August 2008 sollen die ersten jungen Leute mit der Ausbildung zur „Fachkraft für Automatenwirtschaft“ (zweijährige Ausbildung) und zum „Automatenkaufmann/Automatenmechatroniker“ (dreijährige Ausbildung) beginnen. Damit finden jahrelange, intensive Bemühungen der Automatenwirtschaft einen erfolgreichen Abschluss.