



VERBAND DER DEUTSCHEN
AUTOMATENINDUSTRIE E.V.

Dircksenstraße 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.  **BDI**

PRESSE-INFORMATION

**VD AI-Wirtschaftspressekonferenz Frühjahr 2009
am 12. Januar 2009 in Düsseldorf**

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

1. Sprechzettel
2. Daten und Fakten 2008
3. Trends und technologische Entwicklungen 2008/2009
4. Zukunftssicherung durch Ausbildung

**VDAI-Wirtschaftspressekonferenz
am 12. Januar 2009 in Düsseldorf**

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

- Traditionell findet die VDAI-Wirtschaftspressekonferenz am Vortage der Internationalen Fachmesse Unterhaltungs- und Warenautomaten (IMA) statt.
- Ebenso traditionell liegt die IMA im Januar eines jeden Jahres, in diesem Jahr besonders früh, d.h. in der ersten Hälfte.
- Die stets wiederkehrende Problematik: Wir haben im Bereich der Waren- und Leistungsautomaten (WL) noch keine belastbaren Daten für das abgelaufene Kalender- bzw. Wirtschaftsjahr.
- Der Bereich der Musik- und Unterhaltungsautomaten (MU) hebt sich in diesem Punkt deutlich vom Bereich WL und von wohl allen anderen Wirtschaftsbereichen in Deutschland ab. Mit Hilfe des Ifo-Instituts (München) werden bereits „Echt-Zahlen“ für das gesamte Jahr 2008 präsentiert.
- Wegen der im Bereich WL noch relativ schwachen aktuellen Datenbasis werden nachfolgend einige Trends, Erwartungen und der Aspekt der Zukunftssicherung durch Ausbildung akzentuiert.
- **Trends für 2008:**

- **2008 insgesamt** war für die Vendingbranche, d.h. für die Getränke- und Verpflegungsautomaten, ein noch recht befriedigendes Jahr. Zumindest bis zum Sommer liefen die Geschäfte gut. Im Jahresverlauf waren die ersten Auswirkungen der Finanzkrise zu spüren. Zunehmend verbreitete sich eine negative Stimmung. Direkte Auswirkungen waren in einigen Betrieben, in denen Automaten aufgestellt sind, z.B. der Automobilindustrie bzw. von deren Zulieferern, spürbar.

Bei den Zigarettenautomaten machte sich der umfassende Nichtraucherschutz spürbar bemerkbar. Eine weitere Belastung der Operator ergab sich durch das gesetzliche Erfordernis der Umrüstung der Jugendschutzmodule zum 1. Januar 2009 von 16 auf 18 Jahre. Die Grundtechnologie war aufgrund der Einführung der 16-Jahre-Begrenzung spätestens seit Januar 2007 vorhanden. Ungeachtet dessen beziffern sich die Kosten für Entwicklung und Einbau der Anpassungssoftware (Stichwort: Umstellung des Verifizierungsmoduls) mit ca. 75 Euro pro Gerät. Gesamtinvestitionen: Ca. 30 Millionen Euro.

- **Produktion:** 2008 zählen weiterhin Heißgetränkeautomaten (Stichwort: Table-Top-Geräte) und Snackautomaten zu den Favoriten. Spezial-Automaten (Stichwort: Latte Macchiato etc.) setzen sich weiter durch. Der moderne Konsument bevorzugt High-Tech-Automaten, bei denen er z.B. durch Glasfronten den Verkaufsvorgang beobachten kann. Immer mehr setzen sich auch sog. Kombi-Automaten durch. Mit Hilfe dieser Automaten können „Durst und Hunger“ parallel gestillt werden. Im Automaten befinden sich ein Spiralsystem mit verschiedenen Snackangeboten und ein Kühlsegment mit Kaltgetränkeangeboten.

- **Aufgestellte Automaten:** Für 2008 wird von einem leichten Zuwachs ausgegangen, so dass man von insgesamt 500.000 aufgestellten Kaltgetränke-, Heißgetränke-, Snack-, Verpflegungs- und Eisautomaten ausgehen kann.

Bei den Zigarettenautomaten hat im Jahr 2008 ein weiterer Abbau von 50.000 Geräten stattgefunden. Der Bestand beläuft sich damit auf ca. 420.000 Zigarettenautomaten.

- **Umsatz:** Bei den Getränke- und Verpflegungsautomaten ist 2008 nach derzeitigen Schätzungen im Vergleich zum Vorjahr im Operatorbereich ein leichter Zuwachs um ca. 3 – 5 % (2,07 Mrd. Euro in 2007) zu erwarten.

Bei den Zigarettenautomaten wird davon ausgegangen, dass der Umsatz mit 2,8 Mrd. Euro gegenüber 2007 konstant geblieben ist. Dieses Ergebnis wurde trotz eines Geräteabbaus und eines leichten Rückganges des mengenmäßigen Absatzes erzielt. Ursächlich hierfür waren Preissteigerungen bei ausgewählten Zigarettenmarken. 2007 war dagegen beim Umsatz gegenüber 2006 noch ein Rückgang von 38 % zu verzeichnen.

- **Erwartungen für 2009:**

- Zunächst gibt es eine gewisse Unsicherheit im Zusammenhang mit der Finanzkrise sowie der prognostizierten Konjunkturschwäche. Konjunktur ist aber stets auch Stimmung. In diesem Sinne soll das Heer der Cassandra-Rufer nicht vergrößert werden.
- Der Vending-Automatensektor ist ebenso wie der Unterhaltungs-Automatensektor durchgängig mittelständisch strukturiert. Damit ist der Bereich flexibel und von hoher Anpassungsfähigkeit. Die Zahl der Arbeitsplätze im Bereich der Vending-Automatenwirtschaft liegt bei ca. 40.000 Mitarbeitern. Im Bereich der Musik- und Unterhaltungsautomaten sind es ca. 65.000 Mitarbeiter.
- Im laufenden Jahr 2009 wird mit leichten Umsatzrückgängen bei den Vending-Automaten im Operatorbereich gerechnet.
- Das Marktsegment Vendingautomat ist insgesamt aber ein Wachstumsbereich. Dies zeigen folgende Indikatoren:
 - Die auch international zunehmende Zahl von Vendingautomaten-Messen.
 - Zahlreiche neue Selbstbedienungslösungen, mit Hilfe von Automaten z.B. auf Flughäfen.
 - Die hohe Akzeptanz von Automaten generell, z.B. auch in Schulen, öffentlichen Gebäuden und dem gesamten Sektor des sog. „Public Vending“.
- Die Bedeutung und Wachstumskraft der Vendingautomatenwirtschaft wird unterstützt durch die zunehmende Akzeptanz von bargeldlosen Bezahlsystemen an Automaten sowie durch sich entwickelnde mobile Bezahlsysteme (z.B. mit dem Handy).

- **Zukunftssicherung durch Ausbildung:**

- Schon sehr frühzeitig hat die Automatenwirtschaft die Bedeutung branchenspezifischer Ausbildungsberufe erkannt: Bereits 1971 schrieb Paul Gauselmann in der Fachzeitschrift AutomatenMarkt einen Artikel unter der Überschrift „Unser Fritz lernt Münzautomatenmechaniker“.
- Der Weg war lang und steinig. Seit Beginn der 90er Jahre wurden die Bemühungen intensiviert. Die verbandlichen Vertretungen aller Bereiche der Automatenwirtschaft taten sich zusammen, d.h. die Unterhaltungsautomatenwirtschaft auf all ihren wirtschaftlichen Ebenen (Industrie, Großhandel und Aufstellung), die Vendingautomatenwirtschaft ebenso in allen Facetten, hinzu der deutsche Tabakautomatengroßhandel und die Parkhausbetreiber.
- Mit Unterstützung des Instituts der Deutschen Wirtschaft, der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände und dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag ist es gelungen, die beteiligten Bundesministerien (das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie sowie das Bundesministerium für Bildung und Forschung) und auch die Gewerkschaften von der Notwendigkeit und dem Nutzen eigenständiger Ausbildungsberufe zu überzeugen. Im Herbst letzten Jahres war es dann soweit. Ab dem 1. August 2008 gibt es zwei Ausbildungsberufe:
 - (1) Einen 2-jährigen Ausbildungslehrgang: **Fachkraft für den Automaten-service**
 - Die Ausbildungszeit kann auf die beiden dreijährigen Ausbildungsgänge angerechnet werden.
 - (2) Die 3-jährigen Ausbildungslehrgänge: **Automatenfachmann /-fachfrau**
 - für den kaufmännischen Bereich oder
 - für den technischen Bereich (Stichwort: Mechatronik)
- Ziele der eigenständigen Ausbildungsberufe:
 - Sicherung der Arbeitsplätze in einer Zukunftsbranche und gezielte fachspezifische Nachwuchsförderung, auch um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.
 - Höchste „Passgenauigkeit“ der Ausbildungen, um den ständig wachsenden, hohen Anforderungen der Technik der Automaten gerecht zu werden.
 - Verbesserung der Leistungsfähigkeit durch spezialisierte Ausbildung hoch qualifizierte Ansprechpartner, die die Wünsche der Kunden erfüllen können.
 - Imagegewinn der Branche durch gut ausgebildete Arbeitskräfte als quasi Botschafter ihrer Branche und der Firmen, in denen sie arbeiten.
- Im Bereich der Unterhaltungsautomatenwirtschaft wurden schon im ersten Anlauf im Herbst letzten Jahres ca. 100 Ausbildungsverträge abgeschlossen. Im Bereich der Waren- und Leistungsautomaten sowie der Parkhäuser waren es ca. 30 Ausbildungsverträge.

WARENAUTOMATENWIRTSCHAFT - Daten und Fakten - 2008

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. 220 Zigarettenautomatenaufsteller
- Unternehmen der Ernährungsindustrie (Herstellung spez. Automatenfüllprodukte)
- Hersteller von Zahlungssystemen (Münzprüfer, bargeldlose Zahlungssysteme usw.)

Arbeitsplätze:

Ca. 40.000 direkt bzw. indirekt beschäftigte Mitarbeiter.

Operator-Umsätze:

- Bereich Getränke- und Verpflegungsautomaten schätzungsweise ca. 2,15 Mrd. € (2007: ca. 2,0735 Mrd. €), d.h. Umsatz: + 3 bis 5 %. Im Einzelnen:
 - Ca. 880 Mio. € aus Heißgetränkeautomaten
 - Ca. 790 Mio. € aus Kaltgetränkeautomaten
 - Ca. 231 Mio. € aus Snackautomaten
 - Ca. 168 Mio. € aus Verpflegungsautomaten
 - Ca. 4,5 Mio. € aus Eisautomaten.
- Bereich Zigarettenautomaten: Umsatz ca. 2,8 Mrd. € (konstant).

Gerätetypen:

- In Deutschland sind ca. 918.600 Getränke- und Verpflegungsautomaten sowie Tabakwarenautomaten aufgestellt, davon:
 - Ca. 293.500 Heißgetränkeautomaten (214.000 Table-Top-Geräte und 79.500 Standautomaten)
 - Ca. 135.000 Kaltgetränkeautomaten
 - Ca. 47.700 Snackautomaten
 - Ca. 19.600 Verpflegungsautomaten
 - Ca. 2.800 Eisautomaten
 - Ca. 420.000 Zigarettenautomaten
- 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, Blumen, Süßigkeiten etc.).

Situation:

- Neben der Mitarbeiterversorgung werden immer mehr Automaten im Bereich des „Public-Vending“ (Schulen, Krankenhäuser, Universitäten, Behörden) eingesetzt.
- Wichtigster Motor der Branche ist der Export. Table-Top-Geräte, d. h. kleine, servicefreundliche Heißgetränkeautomaten und moderne Autobahn-Automaten in Litfasssäulen-Design liegen im Trend. Hier scheint für den Konsumenten alles zu stimmen: Getränkevielfalt, Ambiente, Produktqualität und Bezahlungsmöglichkeit.
- Der weitere Rückgang 2007/2008 bei den aufgestellten Zigarettenautomaten hat seine Ursachen (1) im Nichtraucherschutz, (2) im rückläufigen Markt und (3) in den „Nachwehen“ der Umrüstung der Zigarettenautomaten. Obwohl die Grundtechnologie durch Einführung des Jugendschutzmoduls (unter 16 Jahre) zum 01.01.2007 in den Geräten vorhanden war, belaufen sich die Kosten für Entwicklung und Einbau der Anpassungssoftware (unter 18 Jahre) auf ca. 75 Euro pro Gerät. Seit 01.01.2009 sind nunmehr alle öffentlich aufgestellten Zigaretten(außen)automaten mit der neuen Altersverifizierung ausgestattet. Im Gaststättenbereich kann der Jugendschutz auch durch ständige Aufsicht sichergestellt werden.

Ausbildung:

Seit August 2008 können junge Menschen zur Fachkraft für den Automaten-service (2-jährige Ausbildung) oder zum Automatenfachmann/Automatenfachfrau (3-jährige Ausbildung) ausgebildet werden.

WARENAUTOMATENWIRTSCHAFT - Trends und Technologische Entwicklungen - 2008/2009

Coffee Service: Autobahn-Automaten

Für den Office-Coffee-Service in Büros sowie Produktionsstätten werden vorwiegend Table-Top-Geräte eingesetzt. Aufgrund der Vielfältigkeit des Angebots an Heißgetränken, moderner Brühtechniken sowie des dem Niveau der gehobenen Gastronomie entsprechenden Qualitätsstandards ist neben der Mitarbeiterversorgung auch die Erschließung neuer Marktsegmente möglich. Im Trend sind attraktive und moderne Autobahn-Automaten auf Raststätten. An Litfasssäulen erinnernde Automaten geben feinste Kaffeespezialitäten aus.

Wasserspender

Mit jährlich 135 Liter pro Kopf ist Mineralwasser der Deutschen liebstes und mengenstärkstes Erfrischungsgetränk. Wasserspender, wie der „Bottle-Water-Cooler“ oder leitungsgebundene Geräte mit Kohlensäurezugabe haben sich aufgrund konstanter Frische und gleich bleibend guter Qualität als eigenständiges Produkt etabliert.

Public Vending

Waren- und Dienstleistungsautomaten erschließen Schritt für Schritt öffentlich zugängliche Bereiche (Public Vending z.B. auf Bahnhöfen, Haltestellen, Flughäfen etc.). Im direkten Zusammenhang damit stehen die sog. Selbstbedienungslösungen. Überall, wo guter Kundenservice essentiell Bedeutung für den Geschäftserfolg hat, sind „Selbstbedienungstechnologien“ auf dem Vormarsch. Automaten mit ihrem kundenfreundlichen, schnellen und flexiblen Service sowie ihrem vielfältigen Angebot im Food- und Non-Food-Business werden heute z.B. auf Flughäfen (Check-in-Kioske), in Freizeit- und Sporteinrichtungen sowie in Einkaufszentren aufgestellt. Auch Banken bieten ihren Kunden anspruchsvolle Dienstleistungen in Kombination mit Digitale Signage an Automaten. Die Vending-Branche setzt sich zudem immer mehr in den Bereichen HoReCa (Hotel, Restaurant, Catering) und Care (Krankenhäuser, Pflegeheime) durch.

Green-Line-Offensive: Schulverpflegung

Der Trend zur „Green-Line-Offensive“ (Obst und Salat), d.h. Food- and Beverage-Automaten mit gesunden Bio- und Wellnessprodukten vermehrt auszustatten, ist ungebrochen. Als Neuheit gibt es z.B. einen Müsliautomaten, der den gesunden Snack portioniert und per Knopfdruck Milch oder Joghurt hinzufügt. In deutschen Schulen sind ca. 10.000 Automaten aufgestellt. Es handelt sich um einen wichtigen Schlüsselmarkt; hier findet eine erste und wichtige Imagebildung für die Vending-Branche statt. Die Automatenbranche muss aber in diesem speziellen Segment einen Spagat machen, um bezüglich des Warenangebots Lösungen zu finden, die den vielfach abweichenden Vorstellungen der Schüler einerseits sowie der Pädagogen und Eltern andererseits gerecht werden.

Mobile Payment

Das Angebot von Produkten im gehobenen Preissegment (z. B. iPod Vending-Automaten) rückt zunehmend in den Focus der Branche. Erforderlich hierfür sind moderne Technologien und die Ausstattung der Automaten mit bargeldlosen Zahlungssystemen. Auch Banknotenakzeptoren finden ergänzend zu Münzsystemen vermehrt Anwendung. Neben den Kredit-Kartensystemen und der Geldkarte ist zu erwarten, dass Handy-Bezahlsysteme zunehmend Bedeutung erlangen werden.

Automatendesign

Die Zukunft des Automatendesigns liegt in der Vereinfachung, in der Animation und im Mehrfachnutzen. Die alte Blechkiste mit dem Erscheinungsbild „quadratisch, praktisch, unauffällig“ hat weitgehend ausgedient. Die moderne Automatengeneration soll Emotionen wecken und zur Kommunikation anregen. Mit Blick auf die Verkaufspsychologie finden Designaspekte (wie Licht, Farbe, Form), visuelle Kommunikation und Sprachsteuerung vermehrt Berücksichtigung. Dies wird sichtbar bei neuen High-Tech-Vollautomaten mit vollflächiger Glasfronttür, Liftsystemen für Getränkeverpackungen aller Art bis hin zu Robotergreifarmen.

Brandschutzhaube

Derzeit ist ein Prototyp einer Brandschutzhaube für Vending-Automaten, basierend auf der bereits für Kopierer entwickelten „Copy-Cap“, in der Entwicklung. Eine faltbare Hülle aus feuerresistentem Gewebe soll bei einem Schwellbrand im Automaten über das Gerät fallen und dieses weitgehend luftdicht abdecken. Dies könnte auch unter Brandschutzgesichtspunkten die Aufstellung von Automaten auf Fluren oder in Treppenhäusern möglich machen.

Arzneimittelautomaten

Im Gesundheitswesen sind innovative Automaten kein Fremdwort mehr. Mit Hilfe eines sog. Arzneimittelautomaten können Kunden außerhalb der Öffnungszeiten von Apotheken auf Knopfdruck mit einem Dienst habenden Apotheker verbunden werden. Der Apotheker kann mit Hilfe des integrierten „Rezept-Scanners“ das Rezept und die ärztlichen Hinweise auf seinem Computerbildschirm sehen und den Kunden adäquat beraten. Ein Robotergreifarm liefert danach die gewünschte Arznei – so die „Zukunftsmusik“. Die „Medikamentenversorgung rund um die Uhr“ ist aber rechtlich strittig und wird aktuell von verschiedenen Gerichten und auf verschiedenen Instanzen geprüft (VG Mainz vom 09.12.2008 - Az: 4 K 375/08; VG Karlsruhe vom 02.09.2008 - Az: 11 K 4331/07).