



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](mailto:vdai@vdai.de)  
Internet: [www.vdai.de](http://www.vdai.de)

Mitglied im  
Bundesverband der  
Deutschen Industrie e.V. 

# PRESSE-INFORMATION

**VDAI-Wirtschaftspressekonferenz Frühjahr 2010  
am 18. Januar 2010 in Düsseldorf**

## **WARENAUTOMATENWIRTSCHAFT 2009/2010**

**- Trends und Perspektiven -**

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

### **Konjunkturabschwung macht vor Warenautomaten nicht Halt**

Gesamtwirtschaftlich hat sich nach dem dramatischen Einbruch der Wirtschaftsleistung im Winterhalbjahr 2008/2009 die deutsche Konjunktur zur Jahresmitte 2009 stabilisiert. Im zweiten Quartal 2009 fand die über 12 Monate andauernde rückläufige Entwicklung des Bruttoinlandsprodukt (BiP) ihr Ende. Für 2009 geht der Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung von einem Rückgang des BiP (preisbereinigt) in Höhe von 5 % aus. Für 2010 prognostiziert der Sachverständigenrat eine leichte Erholung von 1,5 %. Insbesondere die **Krise in der Maschinenbauindustrie und bei den Automobilbauern** hat bei den Vending-Automaten zu erheblichen Umsatzrückgängen geführt. Wenn in den großen Industriebereichen und bei deren Zulieferern z.B. kurz gearbeitet wird, so macht sich das unmittelbar auch bei der Betriebsverpflegung bemerkbar. Wenn der Umsatz im Operator-Bereich im Jahr 2008 bei ca. plus 3 bis 4 % lag, so dürfte er 2009 im Durchschnitt bei knapp minus 10 % gelegen haben. Dies schließt Ausschläge nach oben und unten naturgemäß nicht aus.

Für 2010 wird infolge des Endes der Abwärtsdynamik mit einem leichten Plus beim Operator-Umsatz gerechnet werden können. Bei der Industrie stellen sich die Umsatzrückgänge in 2009 deutlich größer als bei den Operatoren dar. Auch für 2010 ist mit einer zeitverzögerten Entwicklung zu rechnen. Wenn z.B. in der Konjunkturkrise Geräte abgebaut werden, so lassen sich diese relativ rasch wieder reinstallieren, ohne dass zwangsläufig neue Investitionen getätigt werden müssen.

### **153 Einwohner pro Vending-Automat**

Mit **538.251 aufgestellten Verpflegungs- und Getränkeautomaten** liegt Deutschland in Europa auf Platz 3 hinter Italien (644.466 Geräte) und Frankreich (624.050 Geräte). Schlusslichter bei der Zahl der aufgestellten Geräte sind die Türkei (16.193) und Griechenland (15.100). Bei den Umsätzen hat Deutschland mit 2,720 Mrd. Euro den Spitzenplatz inne, gefolgt von Großbritannien (2,381 Mrd. Euro) und Frankreich (2,200 Mrd. Euro). Bei der Versorgungsquote nimmt Deutschland mit **153 Einwohner pro Automat** nur den Rang 12 ein. Ganz vorn liegen Niederlande mit 77 Einwohnern pro Automat, gefolgt von Italien (92) und Spanien (95). Am Ende der Skala finden sich die Ukraine mit 1.506 Einwohner pro Automat und die Türkei mit 4.354. In den USA ist die Versorgungsquote mit 39 Einwohnern pro Automat und in Japan mit 20 Einwohnern pro Automat deutlich höher. Dies lässt auf weiteres Wachstumspotential für Food & Beverage-Automaten in Deutschland hoffen.

Die vorgenannten Zahlen entstammen einer 21 europäische Länder umfassenden Datamonitor-Studie und beziehen sich auf 2008.

### **Siegeszug der Heißgetränkeautomaten**

Die 538.251 Verpflegungs- und Getränkeautomaten teilen sich auf 291.933 Heißgetränkeautomaten, 155.089 Kaltgetränkeautomaten und 91.229 Snack- und Verpflegungsautomaten auf.

Die in Deutschland aufgestellten **291.933 Heißgetränkeautomaten** erwirtschaften ca. **1 Mrd. Euro Umsatz**. Etwa 30 % des Umsatzes verteilen sich auf Tee, Kakao und Suppen. Knapp 70 % entfallen auf Kaffeeprodukte. Einen wichtigen Anteil hieran haben die ca. 210.000 sog. Table Top-Heißgetränkeautomaten, d.h. relativ kleine Geräte, die in Cafeterias, in kleinen Cafés oder in Büros eingesetzt sind. Seit dem Jahr 2000 hat sich in Deutschland der Absatz von Espresso gut verfünffacht. Coffee-Shops (von denen es mittlerweile etwa 1.400 in Deutschland gibt) haben sich als neuer Gastronomie-Typ etabliert. Der Kaffeebecher im Auto oder – im wahrsten Wortsinn – „Coffee to go“ sind völlig normal geworden. Einfach nur schwarzer Kaffee ist „out“. Die Heißgetränkeautomaten profitieren von dieser Ent-

wicklung. Gleichzeitig sind sie durch die hohe Produktqualität und durch die Vielfalt der verfügbaren Kaffee-Kreationen (von Espresso über Cappuccino bis hin zu Latte Macchiato; wobei die Aufzählung lange nicht abschließend ist) auch Teil des Marktes. An der Uni Bremen ist jüngst sogar ein sprachgesteuerter Kaffeeautomat entwickelt worden. Ob sich derartige Automaten tatsächlich durchsetzen, bleibt abzuwarten.

Der Umsatz bei den **Kaltgetränkeautomaten** (i.d.R. Dosen- und Flaschenautomaten) liegt etwas unter dem der Heißgetränkeautomaten. Mit **Snacks und Zwischenmahlzeiten** werden knapp 600 Mio. Euro erwirtschaftet.

### Produktvielfalt in Non Food-Automaten

Neben den traditionellen Segmenten im Food-Bereich, d.h. Getränke, Snacks, Fertigménüs und Süßigkeiten gibt es eine breite Vielfalt von Non Food-Angeboten aus Automaten: Von Hygieneprodukten über Dübel, Wattwürmer, Briefmarken, Blumen, Taschenbücher, Zeitungen/Zeitschriften bis hin zu Jeans und Grabkerzen. Auch Verleihautomaten sind im Einsatz, z.B. für CD's, CD-ROM's oder Videofilme – selbstverständlich unter Einhaltung der jugendschutzrechtlichen Bestimmungen.

Die zunehmende Verfügbarkeit auch bargeldloser Bezahlssysteme am Automaten hat eine positive Wirkung auf die dort getätigten Umsätze. Inwieweit künftig auch das mobile Bezahlen mit dem Handy zusätzliche Käufe generieren kann, wird einerseits von der Verfügbarkeit und andererseits von den Transaktionskosten sowohl für die Kunden als auch für Automatenbetreiber abhängen.

### Vending-Automaten mit hoher Flexibilität

Moderne Warenautomaten haben eine hohe Flexibilität und können auf neue Trends relativ rasch reagieren. Zudem sind sie außerhalb von Ladenöffnungszeiten bzw. eventuellen Sperrstunden in der Gastronomie verfügbar. Vending-Automaten können auch differenzierten Wünschen der Kunden entsprechen und haben einen hohen Grad an Zuverlässigkeit. Damit sind wesentliche Voraussetzungen für Markterfolge gegeben.

Bei Rückgängen der Umsätze der Gesamtbranche hat die Wirtschaftskrise manchen Automatenaufstellunternehmern im Einzelfall sogar Vorteile beschert: Wo Betriebsrestaurants wegen Kurzarbeit geschlossen bzw. die Öffnungszeiten verkürzt haben, boten sich Chancen für Automatenaufstellunternehmer. Auch die Erweiterung der Produktpalette, etwa auf Bio-Lebensmittel oder Fair Trade-Waren, war förderlich.

## Erschließung neuer Aufstellplätze

Das Spektrum der bislang noch nicht oder nur unzureichend genutzten Aufstellplätze für Warenautomaten ist groß: Zunehmend werden Vending-Automaten in den Foyers von Theatern, Museen und in Universitäten installiert oder auch in Kaufhäusern, Behörden bzw. auf Bahnhöfen sowie auf Flughäfen. Das Stichwort lautet **Public Vending**. Auch in Schulen, die Ganztagsunterricht anbieten und damit einhergehend Verpflegungsbedarf haben, finden Automaten zunehmend Akzeptanz. In Hotels treten Snack- und Kaltgetränkeautomaten mehr und mehr an die Stelle von (unrentablen) Minibars.

Die Vending-Automatenwirtschaft versucht, die Akzeptanz von Vending-Automaten in öffentlichen Gebäuden zu erhöhen. Hierzu werden z.B. in Zusammenarbeit mit einer Projektgruppe der Fachhochschule Köln Konzepte erarbeitet. Etwas Vergleichbares hat die Unterhaltungsautomatenwirtschaft bereits Anfang der 90iger Jahre mit Architektenwettbewerben für moderne Spielstätten sowie im Rahmen eines Grafik-Design-Wettbewerbs, der an der Kunsthochschule in Hildesheim durchgeführt wurde, ebenfalls praktiziert.

## Zigarettenautomaten rückläufig

Bei Zigarettenautomaten hat es seit 2001 einen drastischen Geräteabbau gegeben. Vor der Euro-Bargeldeinführung waren in Deutschland ca. 830.000 Zigarettenautomaten aufgestellt. Die Umrüstung auf Euro-fähige Münzprüfer war z.T. technisch nicht mehr möglich oder hat sich wirtschaftlich nicht gelohnt. Danach folgte die Notwendigkeit der Ausrüstung mit Jugendschutzmodulen für das Alter 16 Jahre spätestens zum 1. Januar 2007 und die nochmalige Umrüstung spätestens zum 1. Januar 2009 auf das Alter 18 Jahre. Die technischen Umrüstungen haben im wahrsten wie im übertragenen Wortsinn ihren Preis gehabt: Aktuell sind nur noch etwa **380.000 Zigarettenautomaten** aufgestellt. Wurden 2006 noch für ca. 4 Mrd. Euro Zigaretten aus Automaten verkauft, so ist diese Zahl 2008 auf deutlich unter 3 Mrd. Euro gesunken. 2008 wurden insgesamt 87 Mrd. Fabrikzigaretten mit einem Umsatz von 19,43 Mrd. Euro abgesetzt, davon rund 13,5 % über Zigarettenautomaten. Die Talsohle dürfte allerdings mittlerweile erreicht sein. Nach den bisher vorliegenden Daten für 2009 dürfte der Zigarettenabsatz der Menge nach geringfügig unter dem Vorjahreswert liegen. Der Anteil der über Automaten abgesetzten Zigaretten dürfte ebenfalls noch etwas gesunken sein. Schätzungen für 2009 liegen bei ca. 12 %.

## Zukunftssicherung durch Ausbildung

Die gesamte Automatenwirtschaft hat mehr als zehn Jahre für eigenständige Ausbildungsberufe gekämpft. Dank der Hilfe (1) des Deutschen Industrie- und Handelskammertages, (2) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, (3) des Bundesministeriums für Bildung und Forschung sowie (4) der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände und (5) des Instituts der Deutschen Wirtschaft, haben wir im Spätsommer 2008 unser großes Ziel erreicht: Ab dem 1. August 2008 gibt es zwei automaten-spezifische Ausbildungsberufe:

- die **Fachkraft für Automaten-service** mit einer 2-jährigen Ausbildung und
- den/die **Automatenfachmann/-fachfrau** mit einer 3-jährigen Ausbildung.

In dem dreijährigen Ausbildungsberuf kann sich der Auszubildende entweder für einen kaufmännischen Zweig oder für eine technische Richtung (mit dem Schwerpunkt Mechatronic) entscheiden.

Wer sich zunächst zur Fachkraft für Automaten-service hat ausbilden lassen, dessen zweijährige Ausbildung kann auf die dreijährige Ausbildungszeit zum Automatenfachmann/-fachfrau angerechnet werden.

Bereits 2008 haben sich ca. 100 Auszubildende für die neuen Ausbildungsberufe entschieden. In dem kürzlich begonnenen neuen Ausbildungsjahr, d.h. im Spätsommer 2009, wurden rund **210 neue Ausbildungsverträge** geschlossen, etwa 150 bei den Musik- und Unterhaltungsautomaten und 60 bei den Waren- und Leistungsautomaten. Durch Einsatz eines speziellen Ausbildungsbeauftragten, der sowohl Unternehmen berät als auch jungen, potentiellen Mitarbeitern erste Ratschläge und Wegweisungen gibt, soll und wird die Zahl der neuen Ausbildungsverträge im nächsten Jahr noch einmal deutlich steigen ([www.automatenberufe.de](http://www.automatenberufe.de)). Wir wollen

- Arbeitsplätze sichern,
- den hohen Anforderungen unserer Kunden gerecht werden.
- leistungsfähige Mitarbeiter mit passgenauen Kenntnissen ausbilden.

Hinzu kommt der Aspekt des Imagegewinns der Branche durch gut qualifizierte und hoch motivierte Arbeitskräfte. Diese sind letztlich auch **Botschafter** ihrer jeweiligen Firma und der Branche, in der sie arbeiten.