



Manuela Todzi, Geschäftsführer,
CA/MA/TEC Automaten-Service



Massimo Daolio, Export, FLO S.p.A.



Nicole Groß, Geschäftsführer, ZiiB Zahlungssysteme

pen gewinnen, die sonst auf klassische Table-Top-Geräte setzen. Diese Premiumvariante im Vendingbereich sehen wir beispielsweise in Hotels, in Bäckereien oder der Eventgastronomie.

5) Unser definiertes Ziel ist es, weiter im OCS- und Vending-Markt zu wachsen. Dafür werden wir unsere Strategie konsequent weiterverfolgen, uns als Lieferant und Systemanbieter mit umfangreichem Maschinen- und Leistungsportfolio in der Branche zu positionieren. Das durchweg positive Feedback auf der Eu'Vend und aus den Kundengesprächen hat gezeigt, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben und wir gehen optimistisch in 2018.

Manuel Stober, Vertrieb, Kaffee Express Rhein-Ruhr:

1) Das ablaufende Geschäftsjahr 2017 empfinden wir beim Kaffee Express Rhein Ruhr als sehr positiv! Wobei sich das Jahr recht langsam entwickelt hat und erst im 2. Halbjahr stark angezogen hat. Nach dem Sommer haben wir gemeinsam mit unseren Partner einige Projekte umgesetzt.

2) Die gemeinsame Umsetzung einiger Vending-Systeme im Tierpark bei uns in der Stadt. Zusammen mit dem Partner haben wir uns auf die Bedürfnisse der Kunden vor Ort eingestellt. So erhält der Besucher alles vom Kaffee, über Spezialitäten, Getränken, Snacks aber auch Merchandise-Artikel bis hin zu wichtigen Mitteln für den Alltag mit Kind.

3) Ganz klarer Marktführer & Trendsetter bleiben die Heißgetränke in aller Form.

4) Wie in jedem Jahr liegt unser Fokus auf den mittelständischen Unternehmen. Überall dort, wo wir weiter helfen dürfen in den Bereichen Heißgetränke, Kaltgetränke & Snacks.

5) Das auslaufende Jahr 2017 bestätigen und natürlich noch steigern & ausbauen.

Jürg Scheidegger, Geschäftsführer, Caffet- ta Automaten AG

1) Unsere Unternehmung kann mit dem Geschäftsgang 2017 zufrieden sein, denn die Budgetziele sind erfüllt. Weniger erfreulich ist die Tatsache, dass einige Grosskonzerne Arbeitsplätze ins Ausland verlagert haben, oder es noch tun werden. Der Markt in der Schweiz hat sich im Vending-Geschäft recht volatil verhalten. Die Schweiz erlebt zur Zeit in vielen Marktsegmenten eine Strukturbereinigung, dabei gibt es Sieger und Verlierer.

2) Unser persönliches Highlight ist einerseits die neu gewonnenen Kunden, andererseits auch die gelungene Umstrukturierung unserer Unternehmung.

3) Der eindeutige Trend zu Table-Top-Geräten hat weiter zugenommen. Häufig werden diese im System-Operating auch mit Frischmilch befüllt. Auch die Snacks und Kaltgetränke haben sich gut entwickelt, da sich viele Personen „out of home“

verpflegen.

4) Wir sehen weiteres Kundenpotential in Betrieben mit Kapselmaschinen, welche aufgrund der Ökologie vermehrt hinterfragt werden. Ein Indikator ist Nestlé selber, welche neue Generationen und Varietäten an Bohnen- und Nescafé pushen.

5) Da sich die Schweiz in Sachen Geldmengenpolitik der Notenbank an die EU anpassen muss, werden die Zinsen höchstwahrscheinlich steigen, wenn auch moderat. Dieses Szenario kann wiederum das BIP-Wachstum stark beeinflussen. Implementiert auf unser Geschäft haben wir nicht allzu hohe Erwartungen an das Geschäftsjahr 2018. Entsprechend haben wir das Budget ausgestaltet. Natürlich ist es unser Ziel überproportional zur Wirtschaft zu wachsen. Wie realistisch diese Vision ist, wird sich zeigen.

Manuela Todzi, Geschäftsführer, CA/MA/TEC Automaten-Service:

1) 2017 hielt die Investitionsfreude an, so dass wir im Gerätehandel eine Umsatzsteigerung von 40 % verzeichnen konnten. Im Produkthandel spüren wir immer deutlicher die steigenden Marktanteile des Internethandels.

2) Die steigende Akzeptanz, den Automaten als innovativen Vertriebskanal zu nutzen. So durften wir z. B. einen Champagner-Automaten aufstellen.

3) Neben der positiven Entwicklung von Incup-Systemen ist auch



Michael Kieppe, Geschäftsführer, Kaffee Partner



Oliver Garn, Geschäftsführer, Evocagroup



Stephan Meiringer, Geschäftsführer, B.I.T. Soft

das Interesse an Lebensmittelautomaten gestiegen.

4) Wir werden nach wie vor die Vermietung von großen Vending-Automaten im Fokus haben.

5) Unser Ziel ist es, konsequent im Vending die Nischen zu suchen und unsere Premium-Dienstleistung weiter auszubauen. Wir erwarten, aufgrund der Niedrigzinspolitik, weiterhin ein gutes Investitionsklima und hoffen, dass wir über die Preispolitik von Lidl und Co., im Vending-Betriebsmarkt ebenfalls Premiumqualität und -preise weiterhin nach vorne bringen können.

Massimo Daolio, Export, FLO S.p.A.:

1) Das Jahr 2017 war für Flo insgesamt durchaus positiv; Denn neben einer stabilen Positionierung auf dem Vending-Markt haben wir einen sehr positiven Einfluss auf neue Produktlinien wahrnehmen können, die wir auf den Markt gebracht haben. Ein stetig wachsendes Umweltbewusstsein hat den Erfolg der stilistisch gelungenen Hybrid-Wood-Cups gefördert. Außerdem hat der Markt auch positiv auf unser erweitertes Angebot an Wasserfiltrationssystemen sowie auf unsere neuen Paper-Cup-Designs reagiert.

2) Unter den drei oben zitierten Zeilen würde ich sagen, dass das Highlight die Hybrid-Line gewesen ist – mehr und mehr Operator erkennen die Zeichen der Zeit und stellen ihr Angebotssortiment auf dieses innovative Produkt um. Ich

schätze diese Attitüde so besonders, weil es sehr lobenswert ist, dass die Vending-Operator mit solchen Lösungen selbst aktiv werden und reagieren, bevor sie von neuen Verboten und Steuern selbst zu den Leidtragenden werden.

3) Da wir ausschließlich im Getränkesektor aktiv sind, ist unsere Sichtweise offenkundig partiell. Mein Eindruck ist, dass der stärkste Antrieb heute die Nachfrage nach einem differenzierten und vielfältigen Angebot, das speziell auf individuelle Bedürfnisse und Kundenwünsche reagiert. Ein Beleg hierfür ist das Wachstum im Bereich maschineller Entwicklung, Maschinen, die eine größere Produktauswahl garantieren, sowohl wenn es um Kombi-Angebote oder aber auch unterschiedliche Getränkegrößen geht.

4) Wie bereits angedeutet, ist meiner Meinung nach ein differenziertes und vielfältiges Angebot der Schlüsselfaktor für Erfolg. Neue Kombinationen aus Automaten und innovativen Produkten, die zielgerichtet neue Markt-Segmente, wie kleine Büros oder Shops ansteuern. Wir beobachten mehr und mehr Einzelhandelsketten, die spezielle Bereiche für Verkaufsautomaten eingerichtet haben – hier könnte der nächste Entwicklungsschritt ausgemacht werden. Operator müssen dabei aber stets berücksichtigen, dass angesichts eines derart fragmentierten Marktes, völlig neu durchdachte Geschäftsmodelle notwendig werden könnten.

5) Wir streben die Konsolidierung des oben genannten, neuen Business an; aber wir denken, dass das absolute Highlight des Jahres 2018 die Verfügbarkeit unserer neuen Serie der selbstgeschützten (Barriere-) kompostierbaren, THF-freien Kaffee kapseln sein wird. Die Kaffee kapseln sind nicht ausschließlich ein Vending-Produkt, aber wir erwarten dennoch einen nennenswerten Einfluss auf den Vending-Markt mit ihnen nehmen zu können.

Nicole Groß, Geschäftsführer, ZiIB Zahlungssysteme:

1) Das Jahr 2017 war aus Sicht der ZiIB Zahlungssysteme GmbH ein Entwicklungsjahr für bargeldlose Bezahlssysteme am Automaten. Die Vorgaben der PSD2 und der fiskalen Datenauslesung für Bezahlösungen am Automaten stellen u. a. auch die Vending-Branche im kommenden Jahr weiterhin vor Herausforderungen.

2) Mein persönliches Vending-Highlight 2017 war zugleich eine Premiere in der Vending-Branche: Auf der EuVend im April wurde die erste girocard kontaktlos Transaktion (mit NFC) am Automaten für Getränke/Snacks an unserem ZiIB-Stand durchgeführt. Wir haben dazu sehr viele gute Gespräche geführt und ein vermehrtes Kundeninteresse verzeichnet.

4) Wir sind der Meinung, dass Automatenlösungen im Bereich der Mitarbeiterverpflegung deutli-



Stefan Trautner, Product Marketing Manager, CCV Easy



Udo Gast, Geschäftsführer, Multipom Deutschland



Uwe Engelhardt, Channel Business Manager Vending, Mars

ches Ausbaupotenzial haben. Zudem macht die Digitalisierung auch vor Automaten nicht halt, d.h. Kunden werden Automaten zukünftig per Handy und App bedienen wollen. Hier muss die Vending-Branche am Ball bleiben und darf den Anschluss nicht verpassen.

5) Die ZIIB plant die Entwicklung neuer bargeldloser Bezahlssysteme für die Automatenindustrie. Wir konzentrieren uns dabei auf zukunftssträchtige Technologien auf Basis von NFC, Bluetooth und Apps, denn wir glauben, dass die Nachfrage hierfür steigen wird.

**Michael Kieppe,
Geschäftsführer, Kaffee Partner:**

1) Wir sind auch in 2017 wieder gewachsen und liegen über dem Vorjahresergebnis – deshalb ziehen wir eine positive Bilanz. Natürlich wollen wir auch in 2018 unsere Marktanteile weiter ausbauen und weiter mit dem Markt wachsen. Studien belegen ein Marktwachstum bei hochwertigen Kaffeefullautomaten, die Kaffee aus der ganzen Bohne herstellen. Hier wollen wir anknüpfen und sehen uns dazu bestens aufgestellt.

2) Die „Premiumisation/Aufwertung“ des Vending-Sektors, die sich durch steigende Kaffee- und Maschinenqualität auszeichnet. Deutlich sichtbar wurde dies auf der diesjährigen EU’Vend, bei der u.a. Themen wie Frische und Qualität im Vordergrund standen. Deshalb haben wir auch in 2017 signifikant unser Maschinenportfolio ausgebaut, um die-

sen Ansprüchen weiterhin gerecht zu werden.

3) Grundsätzlich sehen wir einen positiven Trend und ein Marktwachstum in allen Bereichen, jedoch überdurchschnittlich im Heißgetränkesektor. Ein Trend ist auch von dem Thema „Wasserspender“ abzuleiten.

Wasserspender und somit Wasser, eines der am meisten konsumierten Getränke, ist gerade durch die Themen Hygiene und Umwelt deutlich im Wachstum.

4) Im gesamten OOH-Bereich sehen wir einen steigenden Konsum und Nachfrage. Deutlich aber im Segment des OCS, der sich auf neue Bürowelten ausrichtet inkl. moderner Telemetrieapplikationen und flexibler Abrechnungskonzepte.

5) Wir haben auch in 2018 sehr ehrgeizige Ziele und wollen unsere Marktführerschaft im Bereich OCS ausbauen, das Portfolio erweitern sowie unsere Geschäftstätigkeit in die Nordic-Region ausweiten. Zudem wollen wir auch die Zusammenarbeit mit unserem Genussbotschafter, dem Starkoch Roland Trettl, vertiefen.

**Oliver Garn,
Geschäftsführer, Evocagroup:**

1) Wir bewerten das Jahr als positiv. Nicht nur die Umsetzung großer Projekte, sondern auch die vielen kleinen und mittleren Projekte haben das Jahr sehr interessant gemacht.

Nach der Übernahme wichtiger Kaffeemaschinenhersteller sehen wir aktuelle und zukünftige Wachstumschancen für unser Unternehmen.

2) Die Teilnahme am Vending Star anlässlich der Eu’Vend im April 2017. Mit dem Mambo wurde ein Gerät aus unserem Haus präsentiert, welches mit seinen Features einzigartig am Markt ist.

3) Für uns hat sich der Heiß- und Snackbereich überdurchschnittlich entwickelt.

4) Kundenpotentiale bestehen in dem Bereich, in dem die Vendingbranche heute nicht vertreten sind.

5) Wir bauen weiter auf einen kontinuierlichen Marktausbau im Bereich des Ausser-Haus-Marktes.

Unser Ziel ist es, noch mehr Partner in der Branche davon zu überzeugen und zu unterstützen.

**Stephan Meiringer,
Geschäftsführer, B.I.T. Soft:**

1) 2017 war ein durchweg erfolgreiches Jahr für uns – wir konnten unsere Zahlen zum Vorjahr leicht steigern und darüber hinaus schwimmen wir im Trend „Deutschland geht es gut“ mit. Darüber können wir uns nicht beklagen.

Dies trifft auf viele Unternehmen zu – aber Vorsicht ist geboten, die Zeiten können sich auch mal schnell ändern.

2) Die EU’Vend 2017 war für BIT erneut ein Highlight – einfach so nah an einer Branche zu sein und sehen zu können, dass man mit seinen Lösungen schon fast im Kern die Anforderungen und Erfordernisse umgesetzt hat.

4) Einer der wesentlichen Meilensteine wird die zunehmende Digitali-