

Tabletop



Für jeden Bedarf bietet N&W den passenden Automaten – angefangen von der Koro Prime (Foto) mit einer Tagesleistung von maximal 50 Tassen bis hin zum Top-Modell Karisma, die bis zu 500 Tassen täglich mit Milchpulver oder Frischmilch zubereitet.

Hochwertigere Kaffeespezialitäten gefragt

Immer mehr Operator haben erkannt, dass sie mit der zusätzlichen Kaffeeversorgung durch Tabletop-Geräte einen weiteren Kundenkreis gewinnen können. Doch welche Bedeutung hat das Thema in der Branche und auf welche Aspekte kommt es dabei an?

„Der Markt bestimmt das Geschäft, von daher gewinnt das Thema Tabletop immer mehr an Bedeutung beim Operator“, erklärt Friedhelm Neumeier, Key Account Horeca bei N&W Global Vending. Dabei unterscheidet er zwischen zwei unterschiedlich arbeitenden Operator -Unternehmen: „Es gibt eine Vielzahl von Operator, die die Veränderung des Marktes mit einer Fokussierung auf dezentrale Standplätze erkannt haben und sich den neuen Anforderungen stellen.“ Daneben gebe es laut Neumeier nach wie vor jene, die ihre Geschäftspolitik und Konzeption ausschließlich auf den Standgerätebereich ausrichten.

Gerade im Office-Coffee-Service (OCS) werden zunehmend hochwertige Kaffeespezialitäten von den Mitarbeitern und damit anspruchsvolle Tabletop-Heißgetränkeautomaten gefordert. „Wir beobachten, dass hierbei nicht nur die Anforderungen hinsichtlich Service- und Wartungsfreundlichkeit sowie Getränkevielfalt steigen, sondern zunehmend auch die Qualität von

Frischmilch- und Milchpulversystemen bei der Entscheidung für einen Kaffee-Automaten immer wichtiger wird“, weiß Hansjürg Marti, Geschäftsführer Schaeerer Deutschland. Im Bereich der Convenience-Shops und Tankstellen seien Tabletop-Maschinen nach wie vor ein fester Bestandteil mit gleichbleibend hoher Nachfrage. Im Allgemeinen sind die Mitarbeiter in den Betrieben bereit, für einen guten Kaffee auch etwas mehr zu zahlen. Daher bietet sich für Operator mit dem OCS ein einträgliches Geschäft, das nicht zwingend mit einem erhöhten Arbeitsaufwand verbunden ist. Schließlich kommt es darauf an, welchen Servicevertrag diese mit den jeweiligen Unternehmen vereinbaren. „Viele Operator setzen heute vermehrt in der Heißgetränkeversorgung auf Tabletop-Automaten. Die tägliche Reinigung und das Befüllen der Behälter werden von Betriebsangehörigen übernommen“, so die Erfahrung von Carsten Rasch, Salesmanager Germany bei Etna Coffee Equipment. Er ergänzt: „Großbetriebe optimieren durch

mehrere Automaten auf kleinster Stellfläche die Mitarbeiterversorgung in den Pausenzeiten.“

Vielfältige Einsatzorte

Überall dort, wo guter Kaffeegeschmack, die Auswahl an Kaffeespezialitäten sowie schicke, kompakte Automaten gefragt sind, kommt ein Tabletop-Gerät zum Einsatz: Ob in Unternehmen, Krankenhäusern, Seniorenheimen, Tankstellen oder Foodcourts großer Einkaufszentren – die Szenarien hierbei sind vielfältig und reichen vom stationären Einsatz im Betriebsrestaurant bis hin zur mobilen Lösung für den Konferenzbereich, weiß Hansjürg Marti: „Aufgrund der steigenden Ansprüche werden immer häufiger Gastronomie-Vollautomaten als Tabletop-Geräte nachgefragt. Sie bieten einerseits hohe Flexibilität und Getränkevielfalt.“ Zudem stellten Gastronomie-Kaffeemaschinen ausgereifte Konzepte für die Selbstbedienung bereit – inklusive der Anbindung verschiedener Bezahlssysteme vom einfachen Münzprüfer bis zu

Online-Bezahlungsmöglichkeiten via App, Paypal und anderen. Technisch gesehen gäbe es keinen Unterschied zu Vending-Tabletop-Geräten, ist die Auffassung von Carsten Rasch. Allerdings werde, seiner Beobachtung nach, in Vending-Automaten meist Topping eingesetzt.

Hohe Funktionalität und ansprechende Optik

Welche Features ein Tabletop-Kaffeeautomat haben sollte, entscheidet der Kunde. In der Regel sind bei den Herstellern Geräte gefragt, die sich durch eine einfache Bedienung und vielfältige Auswahlmöglichkeiten hinsichtlich Heißgetränken, Tassenvolumen und Zusatzprodukten auszeichnen. Ob über den Automaten nun Liquid-Kaffee, Heißgetränke aus Instant oder ganzen Bohnen angeboten werden, kommt ganz auf den jeweiligen Standort und das Konzept des Betreibers an. Allerdings habe sich in der Praxis gezeigt, dass ein genau zum Aufstellungsort passender Automat im Vending wichtig



De'Longhi Duke

Laut De Jong Duke sollten Vollautomaten, wie die Geräte der Nio-Serie, nicht nur funktional, sondern auch echte Hingucker sein. Denn die Geräte sind häufig Treffpunkt im Büro.



Jura Gastro

Rund 30 Kaffeespezialitäten pro Tag schafft der Kaffee-Vollautomat WE8 von Jura. Zudem ist das Modell mit einem integrierten Spül-, Reinigungs- und Entkalkungsprogramm ausgerüstet.



Schaerer

Ein Konzept für die Büroversorgung bietet der kompakte Kaffeevollautomat Coffee-Soul von Schaerer, der bis zu 180 Tassen am Tag schafft. Das Telemetrie-System M2M Coffee-Link ist optional.



Melitta Professional

Melitta Professional präsentiert auf der Internorga seinen neuen Kaffeevollautomaten Cafina XT8, der beispielsweise einen beschleunigten Brühprozess vorweisen kann.

ist. „Die Außer-Haus-Kaffeessituation und die Kundenbindung spielen eine wichtige Rolle“, sagt Sven Kliebisch, Geschäftsführer Servomat Steigler, und ist sich sicher, dass sich der Public-Vending-Bereich verändern wird. Die Kaffeemaschine sei nicht nur im privaten Bereich zum Statussymbol geworden, sondern spiele auch im Firmenbereich oder am Arbeitsplatz eine immer wichtigere Rolle. Das merke man laut Kliebisch nicht nur daran, dass der Kaffeegenuss im Vordergrund stehe, sondern auch, weil die Kaffeegeräte an attraktiven und repräsentativen Plätzen in den Unternehmen aufgestellt würden.

Schickes Design muss sein

Die Repräsentation setzt auch ein ansprechendes Design des

Tabletop-Gerätes voraus. „Das Design, das eine entscheidende Rolle bei der Kaufentscheidung spielt, muss zeitgerecht sein“, sagt Friedhelm Neumeier von N&W. Auch Tim van Tilburg, International Sales Manager De Jong Duke, sagt: „Das Gerät darf schön und attraktiv aussehen.“ Doch das ist nicht das einzige Kriterium. „Natürlich müssen die Geräte technisch sehr zuverlässig sein“, sagt van Tilburg und ergänzt: „Auch Spezialitäten-Getränke wie Macchiato, aber auch entkoffeinierter Kaffee, ein Vanilla-Esspresso oder Tee können einen Mehrwert für die Kunden haben.“ Daneben sei ein großes Touch-Display wichtig, damit auch „Entertainment“ geboten werden könne. Außerdem werde die Rolle von Zwei-Weg-Telemetrie immer wichtiger.

In manchen Firmen muss der Kaffeeautomat zu den Unternehmensfarben passen, so dass Hersteller wie Schaerer beispielsweise auch eine individuelle Lackierung der Kaffeemaschine bis hin zur Entwicklung eines individuellen Kaffeemaschinen-Designs auf Basis bestehender Modelle anbieten. „Automaten werden individuell gestaltet, um auf eine Marke, ein Produkt oder eine Firma hinzuweisen. TFT-Bildschirme tragen mit Bildern oder Filmen zum Wohlbefinden des Kunden oder Mitarbeiters bei“, meint Carsten Rasch von Etna, während Servomat-Chef Sven Kliebisch ergänzt: „So es den Herstellern gelingt, den Geschmack des Kunden zu treffen und mit den gewünschten Funktionalitäten der Geräte zu verknüpfen, fühlt dieser sich

verstanden, sicher und wohl.“ Dann sollte einem Kauf am Automaten nichts mehr im Wege stehen.

Modelle für mehrere Marktsegmente

Mit den gehobenen Ansprüchen an die Qualität und Zubereitung des Kaffees sind immer mehr Tabletop-Geräte im Vending-Bereich zu finden, die ebenso gut in der Gastronomie eingesetzt werden könnten. Da diese dann aber meist mit Frischmilch und ganzen Bohnen arbeiten, muss der Operator sich ein dazu passendes Service- und Wartungskonzept überlegen. Denn die Verfügbarkeit der Produkte, die Hygiene und die reibungslose Ausgabe von Kaffeespezialitäten an diesen Geräten muss gewährleistet sein. **me ■**

Ihr Spezialist für Automaten- & Coffee to go Becher

Huhtamaki

Bad-Bertricher-Straße 6 - 9
D-56859 Alf
Tel. +49 (0) 6542/802-0
www.huhtamaki.com

„Neue Maßstäbe gesetzt“

Der Tabletop-Anteil im Vending ist weiter wachsend. VendingSpiegel sprach mit Sven Kliebisch, Geschäftsführer Servomat Steigler, über die Bedeutung und Entwicklung der Tabletop-Geräte im Vending-Bereich.

VendingSpiegel Seit wann sind Tabletop-Geräte im Vending ein Thema?

Kliebisch: Das klassische Vending in Deutschland war bis in die 90er vorrangig geprägt durch Automaten von Herstellern aus den USA, Großbritannien, Deutschland, Italien und Skandinavien. Die Notwendigkeit einer kleineren Gerätekategorie, die man später Tabletop nannte, wuchs durch den Wandel der Industrie und Kundenanforderungen immer mehr. Erste Versuche halbierten klassische Standgeräte, führten aber die Entwicklung nicht wirklich zum Durchbruch. Erst mit der Einführung einer völlig neuen, kleinen und attraktiven Bauweise durch Rheavendors International und Servomat Steigler in Deutschland, vollzog sich die Geburt dieser Klasse der kompakten Tischgeräte erstmals.

VendingSpiegel Was machte den Erfolg dieser Geräte aus?

Kliebisch: Besonders die Angebotsvielfalt, die sich aus mindestens drei angebotenen Ingredients und deren Kombinierbarkeit ergab, führte zum schnellen Interesse und Erfolg besonders bei Röstern, Produktherstellern und Konzeptanbietern. So entstand zum Beispiel aus einem doppelten Espresso, einer bittersüßen Schokolade und einem Schuss Milch der legendäre Moccacino, der dann zum patentierten Premiumgetränk aller Rheavendors-Geräte wurde. Darüber hin-

naus waren der Transport, die Installation und Inbetriebnahme der Geräte beim Endkunden denkbar einfach und nun einem viel größeren Klientel an Vertriebspartnern möglich. Dank einer auf die entsprechenden Füllprodukte abgestimmten und fein degustierten A.R.T.-Getränkerezeptur, erreichte nahezu jeder geschulte Fachpartner hervorragende Getränkequalitäten und das Lob des Konsumenten.

VendingSpiegel Wie ging die Entwicklung weiter und welche Kundenwünsche spielten dabei eine Rolle?

Kliebisch: Auch, wenn es anfangs vorrangig Instantgetränke waren, die mit der patentierten Speedmix-Technologie hochoffizell super schnell und angenehm cremig produziert wurden, fanden sich alsbald die veränderten Kundenwünsche in den Verkaufszahlen der Bohnengeräte wieder. Espresso und Café, Cappuccino und Latte Macchiato gusto Italiana, mit dem Geschmacksanspruch aus dem letzten Mailandurlaub, wurden zum Maßstab. War früher das Verhältnis der installierten Speedmix-Maschinen zu den Bohnengeräten zirka 70 zu 30, so wandelte sich diese Relation in das komplette Gegenteil. Sehr ähnlich dem Verhältnis der klassischen Vending-Operating-Standgeräte zu den Tabletops. Nach unserer Betrachtung vollzogen sich über die letzten 30 Jahre eine Reihe drastischer Veränderungen im Heißgetränke-Außer-Haus-Markt, die wir mit unseren Partnern so analysierten.

VendingSpiegel Ursprünglich waren es drei Marktsegmente, auf die sich die Maschinenhersteller spezialisierten: der Horeca-Markt, der Office-Coffee-Bereich (OCS) und das Vending/Operating. Welche Anforderungen mussten die jeweiligen Geräte erfüllen und wie lösten sich die Marktgrenzen auf?

Kliebisch: Indikator in der Branche waren die klassischen Hersteller, die zudem sehr gastronomielastig arbeiteten und sich durch höhere Preise auszeichneten. Für den OCS-Bereich galten und gelten jedoch andere Erfordernisse. Die Produkte, zum Beispiel Kaffee aus klassischen Pumpkannen, mussten und müssen für den Konsumenten schnell verfügbar und zudem günstig sein. Ein Zahlungssystem war nicht erforderlich. Beim klassischen Vending hingegen war und ist es wichtig, dass die Geräte schnell,



Neben der Angebotsvielfalt liegen die Vorteile von Tabletop-Geräten im Transport sowie der einfachen Installation und Inbetriebnahme der Geräte beim Endkunden, weiß Servomat Steigler-Geschäftsführer Sven Kliebisch.

das heißt auf Knopfdruck, Kaffee liefern und dabei eine gewisse Vielfalt anbieten. Dabei spielt natürlich auch das Zahlungssystem eine wichtige Rolle. Die Anforderung an die Qualität des Produktes war allerdings geringer als im Büro- oder Gastronomiesektor. Dafür wiederum schien der zu erzielende Abgabepreis geringer.

Mit unseren Partnern gelang es uns, neben den klassischen Vending-Bereichen mit unserem Tabletop-Sortiment in viele andere Bereiche vorzustoßen. Waren früher die einzelnen Segmente stark voneinander getrennt, überlappen diese sich mittlerweile und man spricht von einem Multiservice-Markt, was sich auch im Gerätesortiment der Hersteller widerspiegelt. Es gibt heute viel mehr kleinere Geräte, die außerhalb der Gastro-Branche für konkrete Anwendungen angepasst sind.

VendingSpiegel Welche Marktsegmente bedienen Rheavendors und Servomat und worauf wurde bei der Entwicklung Ihrer Tabletop-Geräte dabei besonders geachtet?

Kliebisch: Rheavendors Servomat hat seine Kaffeevollautomaten immer mehr für alle drei Segmente angepasst und verfeinert. Dabei waren auch Eigenentwicklungen in den Bereichen Telemetrie und Kaltgetränk-Lösungen richtungsweisend. Auch hier haben die Kunden konkrete Vorstellungen, die wir bei der Entwicklung unserer Geräte berücksichtigen und auf den bevorstehenden Messen präsentieren werden. So werden unter dem Premium-Label La Rhea, das wir bereits seit über zwei Jahren offerieren, weitere neue Maßstäbe gesetzt. **me** ■



Servomat Steigler (2)

Ein Blickfang sind die La-Rhea-Tabletop-Geräte, die sowohl für das klassische Vending, als auch für das OCS- und Horeca-Geschäft eingesetzt werden können.