Eric M.C. Schwaab | Objektleiter

Liebe Leserin + Leser

Willkommen im neuen Jahr 2026. Ich hoffe, Sie hatten entspannte Feiertage und einen guten Silvester-Start. Das vor uns liegende Jahr wird Herausforderungen mit sich bringen, die es zu bewältigen gilt. Glaubt man den Aussagen von Instituten oder Politik, wird es kein einfaches Jahr. Der klassische Betriebsmarkt als Hauptzielgruppe gerät für Vendingprofis ein Stück weit ins Wanken. Auf den ersten Blick erscheint die Marktsituation kompliziert, doch birgt sie auch Chancen. Sicher, einfach nur weitermachen wie bisher ist kein ernsthafter Lösungsansatz. Die Branche muss sich abermals wandeln, gar neuerfinden. Umsatzgaranten von früher wackeln, neue Cashmaker-Produkte wachsen an. Doch was funktioniert, was nicht? Was ist wichtig, was sekundär? Wie so oft kann man aus der Vergangenheit lernen.

Mit der vor Ihnen liegenden Januar-Ausgabe finden Sie unseren alljährlichen Review/Preview mit Meinungen und Einschätzungen quer durch die Branche. Dieser jährlich interessante Schwerpunkt von Vending Report zeigt doch die Vielfalt an Meinungen und Perspektiven. Ihnen soll der Review/Preview dabei helfen, Ihre Meinung zu festigen, oder zu überdenken. Oft helfen Betrachtungen anderer dabei, den eigenen Weg zu formieren um zielsicher die gesetzten Pläne zu erreichen. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen des Review/Previews und an der Stelle auch einmal unseren Dank an alle, die mitgemacht haben.

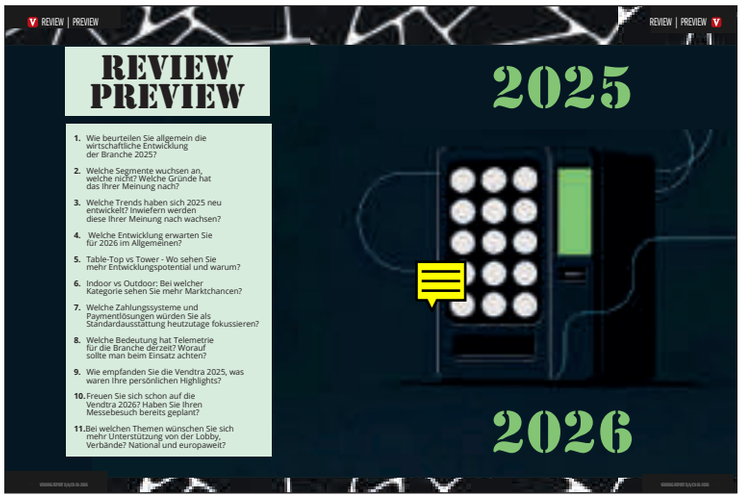
Fokussierung

Auch in 2026 wird es wieder eine Flut an Messen geben. Doch welche sind am Ende wirklich wichtig? Welche bringen Sie ernsthaft weiter oder welche besucht man eher seit Jahren aus einer gewissen Tradition heraus? Der Messe-Tourismus hat schon nach der Pandemie deutlich abgenommen. Waren Branchenteilnehmer früher oft schnell bereit, Messen einzuplanen, hat sich mit den Jahren eine gewisse Normalisierung hin zum Wesentlichen entwickelt. Nicht alle Messen können noch auf einstige Besucherzahlen von einst zurückblicken, nur wenige haben eine bewußte Branchenfokussierung, etliche mischen gerne die Zielgruppen, um möglichst groß dazustehen. Doch um was geht es, um was sollte es wirklich gehen? Im Jet-Set quer durch Deutschland, Europa und die Welt? Messen aus Gastro, Hotel, Catering, Bäcker, Kiosk besuchen, denn alles ist gleich Vending? Sicher nicht. Auf, aus meiner Sicht, sonstigen Messen dieser Segmente ist Vending oft kaum vertreten und erhoffte Synergien für Aussteller haben sich in den vergangenen Jahren auch nur sehr selten erfüllt. Anders ist das mit klassischen Vendingmessen mit entsprechend qualifizierten Besuchern und Ausstellern, die beide wissen wovon sie reden und welche Möglichkeiten der Markt bietet. Alles andere ist oft nur Schall und Rauch. Ich sehe in diesem Jahr fachlich betrachtet nur 3 interessante Messen: Die China Vending & Smart Retail Show, die Venditalia und die Vendtra. Die zwei Auslandsmessen dienen dem Zweck des *"über den Tellerrand"* schauens, Vendtra dient Ihrem realen Kerngeschäft. Bei Venditalia bin ich gespannt, welche Vorteile der Umzug von Mailand nach Rimini bringt. Auf den ersten Blick zeigt sich die neue Venditalia schon imposant, allein aufgrund der aktuell informierten Größe. In mancherlei Zusammenhängen lernt man, daß Größe alleine nicht immer der Maßstab aller Dinge ist, sondern die Qualität in der Sache. Ich hoffe, daß es Italien gelingt die Akzente zu setzen, die sie sich als internationale Messe erhofft. Und umgekehrt erhoffen sich Aussteller und Besucher länderübergreifende Trendbenennung, Abverkauf und B2B Erfolge. Vendtra wiederum geht seinen nationalen Weg weiter, wird neben der klassischen Messe mit einem *"Next Meetup Level"* Konzept kommen und konzentriert sich bewußt auf das Kerngeschäft der Branche. Und: Vendtra findet nunmehr außerhalb der Oktoberfest-Zeit statt - was viele bzgl. Hotelpreise freuen wird, die nunmehr normal sein werden.

Alles in allem liegt ein spannendes Jahr vor uns in dem es heißt, alle Zeichen zu beachten, neue zusätzliche Wege zu gehen und aktiv im Dialog zu bleiben. Nutzen Sie Vending Report um aktuell informiert zu sein und die Angebote des BDV - dann kommen Sie auch durch schwierige Zeiten, gleich wie kompliziert manche Veränderungen erscheinen.

Ich wünsche Ihnen wie immer viel Spaß beim Lesen, freuen Sie sich auf das neue Jahr, bleiben Sie optimistisch und wagen Sie ruhig einmal einen zusätzlichen Schritt. Herzlichst Ihr Eric M.C. Schwaab.

VR DACH 01-2026.indd 3 18.12.2025 09:57:56



SEITE **38**

2024 REVIEW / 2025 PREVIEW

Das vergangene Jahr brachte viel Neues, Positives wie auch Negatives. Im diesjährigen *„Review Preview“* hat Vending Report innerhalb der Branche genauer nachgehakt, Hintergründe befragt. Die allgemeine wirtschaftlichem Entwicklungen in 2025, so wie Trends Telemetrie / Zukunftschancen / Messen / Kontakloses Bezahlen wurde ebenfalls thematisiert. Lesen Sie hierzu mehr ab Seite 38.

SMART-FOOD-LÖSUNG AUCH FÜR 2026

SEITE **76**

Die Vending-Branche hat sich im Jahr 2025 weiterentwickelt: Schnelligkeit, Flexibilität und Nachhaltigkeit sind zentrale Anforderungen geworden. SiSiSi hat in den vergangenen Jahren eindrucksvoll gezeigt, wie sich durch das Zusammenspiel von Technologie, Qualität und Design neue Umsatzpotenziale für Operator eröffnen. Diese Entwicklung soll auch 2026 weitergeführt werden.

EDITORIAL

Eric M.C. Schwaab 3

NEWS

Joshua Kimmich ist neuer Partner von Valensina 10
Zusammenarbeit mit Sirl: Thomas Henry mit neuer Süd-Rampe
Ginger Blends: Zenger vereint Asiens Tradition mit Bio-Genuss
Kenta Papua New Guinea 12
Schaerer auf der Intergastra: Kaffeegenuss an jedem Ort und 24/7
Oettinger und NGG: Doch keine Einigung im Tarifkonflikt 13
Mezzo Mix: Marken-Relaunch und Kampagnen-Kooperation in Österreich
La Marzocco zur Winterzeit
Buchmacherei 14
Zahl des Monats 15
Studie: Die besten deutschen Städte für Kaffeeliebhaber
Lichtenauer Mineralquellen feiern 35-jähriges Jubiläum
Coca-Cola und Lidl spenden an die Tafeln 16
EU-Anhörung zu Energydrinks: Foodwatch fordert Altersgrenze
„Jedes Mal besonders“: Dallmayr präsentiert neue Dachmarken-Kampagne
Hitchcock zieht positive Bilanz: Sichtbarkeit 2025 deutlich gesteigert 17
Leserbrief: Steffen Jeromin 18
Umfirmierung: Von gdp Global Drinks Partnership GmbH zu Fever-Tree GmbH
effect: Made in Germany als Trust- und Umsatzfaktor
Vom Mixen zum to-go-Becher: De’Longhi launcht neuen nutribullet Flex 19
Erster deutscher Getränkehersteller mit validierten Netto

ASSOCIATION

EVA 26
BDV 28
OVV 29
VCAS · CONFIDA 30
AVA 31

STORY

SCS-TEC KG:
Die neue Generation kompakter Wassserspender 34

VR DACH 01-2026.indd 4 18.12.2025 09:58:03

SEITE 34

DIE NEUE GENERATION KOMPAKTER WASSSERSPENDER

Mit seiner neu lancierten Marke *„Butler's Buddy"* spricht SCS-TEC aus Wackersdorf nun gezielt Operator an, die sich professionelle Technik in kompakter und wirtschaftlicher Form wünschen. Butler's Buddy verkörpert beste Präzision und Qualität zu einem attraktiven Preis und eröffnet damit neue Möglichkeiten im Easy-Entry-Segment.

ALLES AUS EINEM GUSS

Innovation, Wachstum und Kundennähe: Auch 2025 hat Nayax seine Position als einer der weltweit führenden Anbieter für Cashless-Payment im Self-Service-Bereich weiter gefestigt. Mit Produktneuheiten, technologischen Weiterentwicklungen und einer starken Präsenz auf internationalen Fachmessen setzte das Unternehmen wichtige Impulse in Vending, Hospitality und Micro-Market.

MARKT

Review 2025/Preview 2026	38
German Wilds	78
Smart-Food-Lösung auch für 2026	80
Alles aus einem Guss	82
Nachhaltige Hydration in die Welt & nach München	80
Nachhaltigkeit trifft Innovation Vending als Heimat.	84
Innovation als Plan.	86
Cashless wie es sein soll	88
Melprep trifft Automat Wie frisch aus der Quelle	89
30 Jahre Liebe zum Kaffee	90
Bestes Wasser effizient & Innovativ	91
Zischt ordentlich Zieht 24/7	92
Neue Strategien für Vending & OCS	93
Steuer	94
Nachhaltige Hydration in die Welt & nach München	96
Android-Basher mit globalen Ambitionen	97
Vernetzte Payment-Systeme	98
Boulevard	99
Kreuzworträtsel	100
Kurz vorgestellt	102

VENDING report

VR is member and representavie of European Vending Press Association for DE, AT, CH, PL, CZ, SK, HU, GR, UAE, RUS, UA, KZ, BY.

Mitglied u.o. Förderer des ~ regelmäßige Berichterstattung über:

BDV	Köln	(Bundesverband der Deutschen Vending-Automatenwirtschaft)	www.bdv-online.de
BWA	Gera	(Bundesverband der Warenautomatenaufsteller)	www.bwa-ev.de
VAFA	Köln	(Verband Automaten Fachaufsteller)	www.vafa-ev.de
VDAI	Berlin	(Verband der Deutschen Automatenindustrie)	www.vdai.de
EVA	Brüssel	(European Vending Association)	www.vending-europe.eu
MIÁSZ	Budapest	(Magyar Ital-és Áruatomata Szövetség)	www.miasz.hu
NAMA	Chicago	(National Automatic Merchandising Association)	www.vending.org
ÖVV	Wien	(Österreichische Verkaufsautomaten Vereinigung)	www.ov.at
PSV	Warschau	(Polskie Stowarzyszenie Vendingu)	www.psv.org.pl
RNVA	Moskau	(Russia National Vending Association)	www.rnva.ru
VCAS	Bern	(Vending & Coffeeservice Association Switzerland)	www.vcas.ch

Repräsentant: EVPA, European Vending Press Association www.evpa.eu

Verlagsverbund: VERLAGSGRUPPE ES
Herausgeber: ES-VERLAG GMBH
Postanschrift: Vending Report, Scheidemannstr. 2, 61130 Nidderau, Deutschland
www.vending-report.com
www.vending-journey.com
www.theofficialredbook.com
Tel. 0049 (0) 61 87 / 92 94 9 - 0
Fax. 0049 (0) 61 87 / 92 94 9 - 17
e-mail. info@vending-report.com
Anzeigen: anzeigen@vending-report.com
Redaktion: redaktion@vending-report.com
Vertrieb: vertrieb@vending-report.com
Internet: www.vending-report.com /.eu /.de /.at /.ch /.cz /.sk /.pl /.hu /.gr /.ae /.cn /.ru

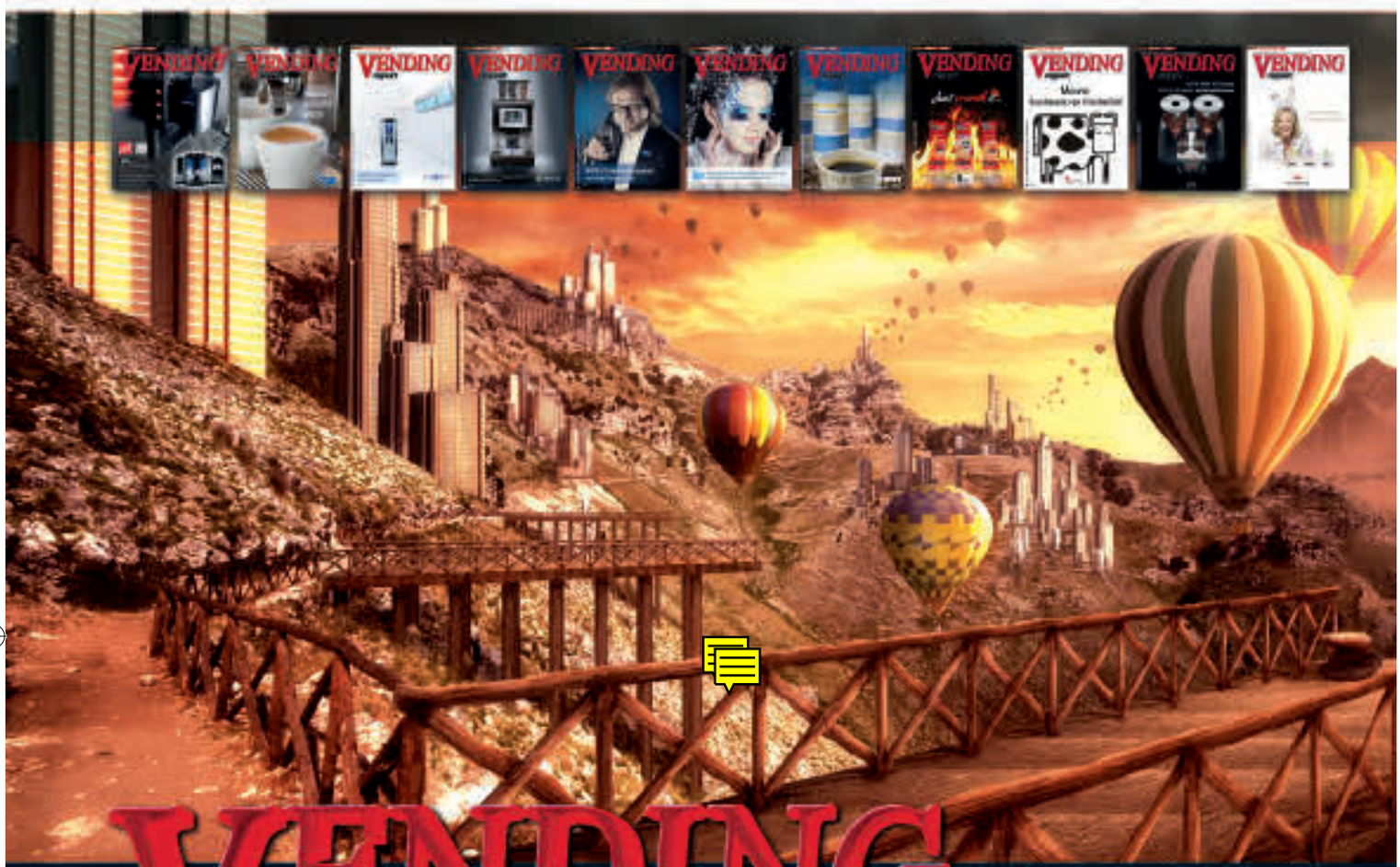
Erscheinungsweise: monatlich bzw. 11 Ausgaben
Anzeigenschluß ist 15 Tage vor Monatsbeginn
Printabo: 11 Ausgaben, Bezugspreis VR DACH EUR 85,-- + Porto (+ MwSt.)
Bankverbindung: Frankfurter Volksbank eG
IBAN DE21501900000006148000 , BIC FFVBDEFFXXX
Geschäftsführung: E. Schwaab
Amtsgericht Hanau, Reg-Nr. HRB7609, USt.-Ident-Nr.: DE230219580

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen, gleich welcher Art bedürfen der schriftlichen Zustimmung des Verlages. Für unverlangt, eingesandte Manuskripte, Fotos, Illustrationen wird keine Haftung/Honorarzahlung übernommen. Nachdruck ist nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags gestattet. Dieses gilt ebenfalls für die Aufnahme in elektronische Datenbanken und Vervielfältigungen auf CD-ROM. Beiträge die nicht mit vollem Namen gekennzeichnet sind, geben nicht die Meinung der Redaktion wieder. Gestellte PR-Artikel werden mit dem Hinweis "Anzeige" gekennzeichnet. Alle Veröffentlichungen erfolgen ohne Berücksichtigung eines möglichen Urheberrechts u.o. Patentschutzes. Bilder/Bildquellen: gestelltes Material, Eigenmaterial, Fotolia, Pixabay. Alle Angaben ohne Gewähr.

VR DACH 01-2026.indd 5 18.12.2025 09:58:08

Entscheiden, was Sie wirklich weiterbringt

Vertrauen Sie dem Marktführer und entscheiden auch Sie sich für VR und für ein Einzel- oder Firmenabonnement.



VENDING report

Gleich wie die Welt sich dreht, verlassen Sie sich auf die Marktkonstante, die Ihnen solide dabei hilft, weiterzukommen. Wir haben es uns zur Passion gemacht, sämtliche, relevanten Informationen für Sie zu sammeln, aufzubereiten, zur Verfügung zu stellen. Weil wir, wie Sie, Vending leben - statt nur darüber zu reden. Wir haben die Kontakte und Erfahrungen, die notwendig sind.

Entscheiden auch Sie sich für ein Abonnement. Erhalten Sie monatlich Ihr persönliches Print-Exemplar und lesen Sie alles in Ruhe.

abo@vending-report.com

COFFEE CAPITAL

COFFEESHOP | BARISTA | ROASTER | OCS | BAKERY | SHOP | TO-GO | CONSUMER

DAS COMEBACK:
COFFEE IN GOOD SPIRITS

Das Fachmagazin für Kaffeeprofis im Printabo für schlanke EUR 65,-- / 1 Jahr.

www.verlagsgruppe-es.com

VR DACH 01-2026.indd 7 18.12.2025 09:58:12

DEUTSCHLAND

Weltweit gibt es bereits zahlreiche Supermarktketten, die sich an Micro-Markets versuchen. Neu hinzugekommen sind Aldi und Rewe. Die Automaten werden derzeit in Düsseldorf und Mülheim an der Ruhr getestet. Die Automaten von Aldi ermöglichen eine Abholung zwischen 15:15 Uhr und 21:00 Uhr bei einem Mindestbestellwert von EUR 19,--. Rewe nutzt sein bestehendes Click-&-Collect-System, verfügt jedoch im Vergleich zu Aldi über 16 Automaten und ermöglicht eine Abholung rund um die Uhr. *„Die Stationen sind eine weitere Möglichkeit, den Kunden mehr Flexibilität beim Einkaufen zu bieten"*, erklärte ein Rewe-Sprecher gegenüber der Nachrichtenagentur, *„insbesondere in Innenstädten, in denen nicht genügend Platz für eine Rewe-Filiale mit Abholservice vorhanden ist, ist das Format der Abholstationen ideal."* Quelle: www.retailcustomerexperience.com

USA

Die in Tempe ansässige Gebrauchtwagenplattform Carvana hat mit ihren riesigen Automaten nicht nur Aufmerksamkeit erregt, sondern auch das Vertrauen der Kunden gestärkt. Gründer Ernest Garcia III erklärte, dass die Automaten dem Unternehmen nach dem dramatischen Kurseinbruch im Jahr 2022 (99 % Wertverlust der Aktien) geholfen hätten. Über das Konzept sagte er: *„Es ist ein enormer Weg, um Bekanntheit zu schaffen. Ist es ein bisschen ein Gimmick? Man könnte es so nennen, aber es ist ein erstaunliches Kundenerlebnis."* Käufer können ihr Auto direkt am Automaten abholen, wodurch die oft unbefriedigende Erfahrung mit Händlern entfällt. Laut Garcia ist das Konzept einprägsam, steigert die Markenbekanntheit und kombiniert alle Schritte des Autokaufs – von der Finanzierung über die Fahrzeugbeschaffung bis hin zum Marketing – zu einem reibungslosen Erlebnis. Quelle: www.eu.azcentral.com

SPANIEN

Auf der IAAPA Expo Europe 2025 in Barcelona wurden die neuesten vollautomatischen Vending-Maschinen präsentiert, die speziell für den europäischen Markt angepasst wurden. Die Geräte kombinieren Roboterarme mit einem 3D-Visionssystem und einer Mehrzonen-Temperaturkontrolle für warme, gekühlte und normtemperierte Produkte. Darüber hinaus verfügen sie über ein IoT-basiertes Managementsystem für Echtzeitüberwachung, Verkaufsanalyse und Fernwartung. Zudem unterstützen die Maschinen zahlreiche Bezahlmethoden – von Bargeld über Karten bis hin zu Mobile Payments und Wearables – und überzeugen durch ihr energieeffizientes Design. Die Maschinen sollen flexibel in Freizeitparks, Einkaufszentren, Büros und touristischen Einrichtungen eingesetzt werden. Sie zeigen, wie intelligente Automaten in Europa neue Standards für komfortables, schnelles und smartes Einkaufen setzen. Quelle: www.retailcustomerexperience.com

60 %

der Konsumenten

... möchten in ihrem Vorhaben, sich 2026 gesünder zu ernähren, unterstützt werden.

VR DACH 01-2026.indd 8 18.12.2025 09:58:17

JAPAN

In Japan sind Vending-Maschinen schon lange mehr als reine Getränkeautomaten. Neben den klassischen Snacks und Getränken bieten sie inzwischen auch Desserts, Tiefkühlprodukte, Schmuck und sogar Omamori-Amulette an. Dabei wird zunehmend auf Erlebniswert und Zusatznutzen geachtet. Besonders interessant ist, dass einige Maschinen im Katastrophenfall genutzt werden können, um lebenswichtige Produkte bereitzustellen. Ein Betreuer kann die Automaten mit einem Schlüssel auf Notstrombetrieb umschalten, sodass die Produkte kostenlos ausgegeben werden können. Automatisierung und Roboter sind in Japan akzeptiert und werden seit Langem in Alltag und Unterhaltung integriert. Die Automaten sollen auch künftig noch intelligenter werden, etwa durch KI-gestützte Interaktionen mit den Nutzern. Japanische Vending-Maschinen stehen somit für Innovation, Komfort, Sicherheitsbewusstsein und Katastrophenvorsorge und zeigen, wie weit das Land im Bereich smarter Automatenlösungen ist. Quelle: www.japantimes.co.jp

85% der Operator hoffen...

... verglichen mit 2025 auf eine bessere wirtschaftliche Entwicklung von 2026.

SÜDAFRIKA

Das südafrikanische Unternehmen Vending Solutions hat sich als größter Anbieter von Automaten für persönliche Schutzausrüstung (PSA) im Land etabliert und revolutioniert damit den Zugang zu Schutzkleidung am Arbeitsplatz. Über 12.000 Nutzer in Südafrika greifen bereits auf das System zu, das Helme, Handschuhe, Schutzbrillen und Gehörschutz rund um die Uhr kontrolliert ausgibt. Die Mitarbeitenden identifizieren sich per Smartcard, jede Entnahme wird automatisch dokumentiert und das Lager digital überwacht. Neben PPE-Lösungen bietet das Unternehmen auch Automaten für Werkzeuge, medizinische Produkte oder Bürobedarf an und zeigt damit, dass smarte Vending-Technologie weit über Snacks hinausgehen kann. Quelle: www.vendingsolutions.co.za

SINGAPUR

Die Global-Fintech-Firma Revolut hat an der National University of Singapore einen neuartigen Debitkarten-Automaten vorgestellt. Studierende können dort physische Revolut-Debitkarten erhalten und erhalten gleichzeitig Zugang zu Budgetierungs-, Analyse- und Zahlungsmöglichkeiten, sowohl lokal als auch international. Über die Revolut-App stehen ihnen zudem Funktionen wie Geld senden und empfangen, intelligente Budget-Tools, 5% Cashback bei ausgewählten Marken sowie Investmentoptionen in Aktien, ETFs und Edelmetalle ab USD1,-- zur Verfügung. Quelle: www.marketing-interactive.com

VR DACH 01-2026.indd 9 18.12.2025 09:58:22

news

latest ideas • what's on • keep up to date • stop press

Joshua Kimmich ist neuer Partner von Valensina

Valensina startet mit prominenter Unterstützung in das Jahr 2026: Fußballprofi Joshua Kimmich wird neuer Markenbotschafter des traditionsreichen Getränkeherstellers, dessen Produkte auch in der Vendingbranche durchaus genutzt werden. Die Zusammenarbeit markiert den Auftakt zu einer besonderen Saison – pünktlich zum 60-jährigen Jubiläum der Marke und begleitet von einem gemeinsam entwickelten Neuprodukt, das dem AfG-Markt neue Impulse geben soll. Für Kimmich, vierfacher Familienvater, ist die Partnerschaft mehr als ein klassisches Testimonial-Engagement. Der Nationalspieler ist mit seiner „Kimmich Academy" und der „*Glaub-an-Dich-Stiftung*", die er gemeinsam mit seiner Frau Lina führt, stark sozial engagiert. Diese Werte decken sich mit der familiengeführten Unternehmensstruktur von Valensina – eine Gemeinsamkeit, die Kimmich besonders betont. Die Zusammenarbeit sei für ihn „*ein perfektes Match*", weil er die Vision, die Menschen und die Werte hinter der Marke teile. Vom gemeinsamen Produkt zeigt sich Kimmich bereits jetzt überzeugt. Auch bei Valensina ist die Freude über die neue Partnerschaft groß. Marvin Mettelsiefen, Bereichsleiter Vertrieb und Marketing, spricht von einer „*großen Ehre*", das bevorstehende Jubiläum gemeinsam mit Kimmich begehen zu können. Tino Mocken, Geschäftsführer der Valensina Gruppe, hebt weitere Parallelen hervor: Sowohl Kimmich als auch Valensina stünden für Professionalität, Qualität und Kontinuität – gleichzeitig seien beide offen für Neues. Diese Neugier habe direkt zur gemeinsamen Entwicklung eines neuen Produkts geführt. Details dazu hält das Unternehmen vorerst noch unter Verschluss. Mit dem Schulterschluss zwischen Spitzensport und Traditionsmarke setzt Valensina ein starkes Zeichen zum Jahresende – und kündigt für 2026 eine besonders dynamische Produktsaison an. Quelle: PM Valensina Gruppe

Bildquelle: Valensina Gruppe, Fotograf: Jim Gramming

Zusammenarbeit mit Sirl: Thomas Henry mit neuer Süd-Rampe

Thomas Henry stellt die Logistik in Süddeutschland neu auf. Nach Beendigung des Abfüllvertrages mit der ALWA Mineralbrunnen GmbH sowie dem Vertrag mit dem Getränkelogistiker Winkels zum 31.12.2025 übernahm die Sirl Interaktive Logistik GmbH aus Unterschleißheim bei München ab dem 01.01.2026 die Logistik und Rampenfunktion am süddeutschen Standort Aichach. Guart Amsing, Operations Director bei Thomas Henry betont die Vorteile der neuen Rampe: „*Mit ihrem leistungsstarken Profil und der strategisch günstigen Lage nahe München bietet uns die Sirl Interaktive Logistik passgenau die Services, die wir für die zuverlässige Versorgung unserer Kunden in Süddeutschland und den angrenzenden Ländern benötigen. Dadurch ist Sirl ein wichtiger Partner für die Umsetzung unserer Wachstumspläne in Deutschland sowie im Ausland.*" Tobias Wieser, Head of Business Administration & Projektmanagement bei Sirl: „*Wir freuen uns sehr Thomas Henry als neuen wichtigen Kunden an unserem Lagerstandort in Aichach gewonnen zu haben und das entgegengebrachte Vertrauen in unsere Logistiklösungen. Unser Service ist darauf ausgerichtet, Thomas Henry bei ihrer strategischen Ausrichtung tatkräftig zu unterstützen.*" Quelle: PM Thomas Henry

Ginger Blends: Zenger vereint Asiens Tradition mit Bio-Genuss

Mit Zenger präsentiert der Slow-Juicing-Pionier Hurom eine neue Marke, die ostasiatische Tradition mit moderner Bio-Wellness verbindet. Seit Dezember sind die beiden Ginger Blends Bium und Cheum offiziell erhältlich. Sie basieren auf hochwertigen, zertifiziert biologisch angebauten Zutaten und werden in Deutschland verarbeitet sowie abgefüllt. Herzstück beider Varianten ist peruanischer Ingwer, der mit einem Anteil von 30% die Grundlage des intensiven Geschmacks und der funktionalen Wirkung bildet. Ergänzt wird er je nach Blend durch aromatische Komponenten wie Yuzu, Zitrone, Rosmarin, Timutpfeffer, Holunderblüte oder Traube. Zenger setzt dabei auf die einzigartige Kaltpresse-Technologie von Hurom, die dafür sorgt, dass Aromen, wertvolle Inhaltsstoffe und Nährstoffe der Pflanzen besonders schonend extrahiert werden. Quelle: PM Zenger

VR DACH 01-2026.indd 10 18.12.2025 09:58:24

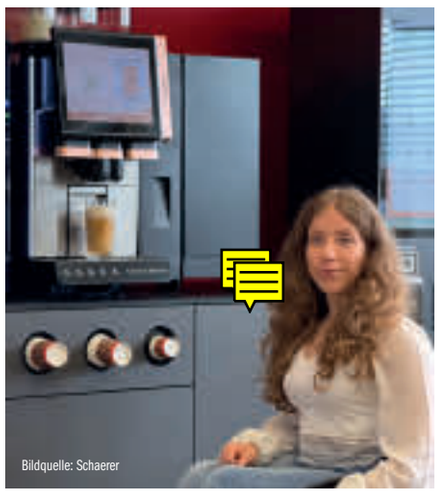
VR DACH 01-2026.indd 11 18.12.2025 09:58:25

Kenta Papua New Guinea

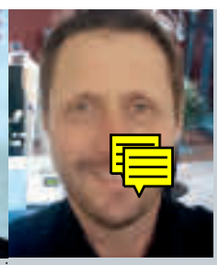
Tchibo präsentiert eine besondere Kaffee-Sensation: Die „*Rarität des Jahres*“ führt Genießer geschmacklich in die Tropen Papua-Neuguineas. Der limitierte Spezialitätenkaffee „*Kenta Papua New Guinea*“ vereint würzige und fruchtig-exotische Noten und erinnert an Waldhonig, Sternfrucht und Zartbitterschokolade – ein aromatisches Highlight passend zur Adventszeit. Aufgrund seiner Herkunft und aufwendigen Verarbeitung ist die Rarität, ähnlich selten wie der Paradiesvogel, streng limitiert. Weitere Hintergründe zu Ursprung und Verarbeitung bietet Tchibo im Blog und Newsroom. Gleichzeitig stellt das Unternehmen eine neue Filterkaffeemaschine vor: die Let’s Brew Elegant. Das Modell setzt auf ein hochwertiges Edelstahl-Design und Funktionen, die auf ein besonders gleichmäßiges Brühergebnis ausgelegt sind. Ein eigens entwickelter Brühkopf benetzt das Kaffeemehl gleichmäßig, während das sogenannte Aroma-Swing-Prinzip den Kaffee in der Kanne zirkulieren lässt und so für ein abgerundetes Aroma sorgt. Trotz kompakter Bauweise brüht die Maschine bis zu zehn Tassen mit optimal voreingestellter Brühtemperatur. Quelle: PM Tchibo

Schaerer auf der Intergastra: Kaffeegenuss an jedem Ort und 24/7

Kaffeegenuss ist Ausdruck des eigenen Lifestyles und seinen Lieblingskaffee an jedem Ort genießen zu können, ist ein Stück Lebensqualität. Schaerer zeigt auf der Intergastra (Halle 8, Stand 8A36) wie sich dieses Gefühl mit vielseitigen Kaffeekonzepten in Coffee Shops, Restaurants und Hotels aber auch der Verkehrsgastronomie und der Gemeinschafts¬verpflegung wecken lässt. Neben bewährten Maschinen wie der Schaerer Coffee Soul und der Schaerer Coffee Skye präsentiert Schaerer in Stuttgart das jetzt weltweit verfügbare inklusive Bedienkonzept „Easy Acess“ für die Schaerer Coffee Soul. Schaerer setzt damit einen neuen Standard bei der rollstuhlfreundlichen Selbstbedienung von Kaffeemaschinen. Egal, ob im Gesundheitswesen, in Seniorenzentren, Büros, öffentlichen Einrichtungen oder beim Hotelfrühstück: Easy Access wurde speziell für Rollstuhlfahrende entwickelt und ermöglicht die intuitive Getränkeauswahl und -konfiguration über leicht erreichbare, klar gekennzeichnete Tasten direkt an der Tropfschale. Die Kombination mit einer übersichtlichen Benutzerführung sorgt dafür, dass Rollstuhlfahrende, Senioren oder Menschen mit motorischen Einschränkungen ihre Lieblingsgetränke selbstständig und bequem auswählen können. Das „*Easy Acess*“-Bedienkonzept ist ab sofort weltweit als Option für die Schaerer Coffee Soul 10 und 12 Modelle verfügbar. Auch bestehende Maschinen können problemlos von den Servicetechnikern in weniger als 30 Minuten nachgerüstet werden. Kaffeespezialitäten gehören heute überall dazu, sei es im Krankenhaus, Büro oder auch unterwegs. Doch während die Verfügbarkeit von qualitativ hochwertigem Kaffee steigt, haben Menschen im Rollstuhl oft keinen


Bildquelle: Schaerer

Ulli Engel:
„2026 bietet die Chance, die Branche noch professioneller und digitaler aufzustellen.“



Hans-Dietman Beuter:
„2026 wird ein Jahr, in dem wir nicht nur reagieren, sondern gestalten.“

VR DACH 01-2026.indd 12 18.12.2025 09:58:26

leichten Zugang zu Selbstbedienungs-Kaffeemaschinen. Quelle: PM Schaerer

Oettinger und NGG: Doch keine Einigung im Tarifkonflikt

Im Tarifkonflikt zwischen Oettinger Getränke und der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) ist es trotz aller Vorzeichen nicht zu einer Einigung gekommen. Wie Oettinger-Geschäftsführer Stefan Blaschak in einem Schreiben an die Mitarbeitenden mitteilt, hat die NGG den Schlichterspruch nicht angenommen. Das bedeutet, dass es weitere Streiks in Produktion und Logistik geben könnte. Dem Schlichter sei es nach Monaten harten Ringens gelungen, einen für beide Seiten tragbaren Kompromiss für neue Mantel- und Entgelttarifverträge zu erarbeiten. Vergangenen Freitag habe Oettinger den finalen Schlichterspruch unterzeichnet, heißt es. Unter anderem sieht der Schlichterspruch Folgendes vor: 2,8% mehr Entgelt, Wochenarbeitszeit bleibt bei 37 bzw. 38 Stunden, keine Kürzungen bei Haustrunk und Opa-Urlaub, Pausenbezahlung bei laufendem Betrieb, flexibles Arbeiten in der Hochsaison. „*Nicht unterzeichnet hat den Schlichterspruch jedoch die NGG. Für die kommenden Monate drohen Gewerkschaft und Betriebsräte stattdessen mit erneuten Streiks und fordern bundesweit schon jetzt für 2026 weitere 4-6% mehr Lohn*“, heißt es weiter. Laut Blaschak ist „*die Weigerung der NGG, den neutralen Schlichterspurch anzunehmen, das Finale einer auf ganzer Linie von Inkompetenz und Unseriosität geprägten Verhandlungsführung, schon seit den ersten Gesprächen im Juni.*“ Quelle: PM Oettinger Getränke

Mezzo Mix: Marken-Relaunch und Kampagnen-Kooperation in Österreich

Mezzo Mix – der einzigartige Mix von Cola und Orange aus dem Hause Coca-Cola – steht in Österreich seit vielen Jahren auf der Beliebtheitsskala bei Cola Mix Getränken ganz oben und ist in diesem Segment klar führend. „*Bereits im Frühjahr haben wir dieser ungebrochenen Beliebtheit mit der Einführung der 1 Liter PET-Packung als Ergänzung zu den erhältlichen 0,5L und 1,5 L-Packungen im Handel Rechnung getragen*“, erklärt Thomas Bäuchl, Brand Manager Mezzo Mix. In den Regalen und in der Gastronomie glänzt das gesamte Mezzo Mix Portfolio ab sofort im runderneuerten Look mit markanter Flaschenform und frischen Designs – Mezzo Mix ist jetzt bunter, lauter und unverschämter. Die Markensprache von Mezzo Mix steht nach dem Relaunch für eine klare Haltung: „*Für viele unserer Konsumenten geht Mezzo Mix Hand in Hand mit dem kleinen unbeschwerten Genuss, der das Leben so lebenswert macht – und das ohne Kompromiss*“, so Thomas Bäuchl. Mit den kleinen heimlichen Freuden – den „*Guilty Pleasures*“ – spielt auch die aktuelle Kampagne. Unter dem Motto „*Unverschämt gut*“ zeigt sich der Klassiker von seiner frechen Seite und kooperiert dabei mit dem Joyn Streaming-Hit „*Match in Paradise*“, der am 8. Dezember auf Joyn & Atv die dritte Runde dreht. „*Die Dating Reality Show ‚Match in Paradise' trifft den Markenkern von Mezzo Mix perfekt und setzt auf das ultimative heimliche Vergnügen, das genau wie bei Mezzo Mix einen Moment ‚schamloser' Freude bereitet*“, betont Thomas Bäuchl. Quelle: PM Coca-Cola Österreich

La Marzocco zur Winterzeit

La Marzocco läutete die Weihnachtszeit mit einer Auswahl neuer saisonaler Produkte ein, die nicht nur Kaffee-Enthusiasten, sondern auch Fans hochwertiger Lifestyle-Accessoires ansprechen. Im Mittelpunkt steht der neue Holidays Sweater, ein weicher, hochwertiger Baumwollpulli, der den ikonischen Marzocco-Löwen mit einem weihnachtlichen Santa-Hut zeigt. Der limitierte Sweater bringt festliche Stimmung in die Wintergarderobe und eignet sich ideal als Geschenk für alle, die Kaffeekultur und Design lieben. Ebenfalls neu im Sortiment sind die Mint Green Cups, zeitlose Porzellantassen mit pastellgrüner Oberfläche. Quelle: PM La Marzocco

DIREKT - NACHGEFRAGT, KURZ GESAGT.

Rainer Sauer:
„Rückblickend war es ein Jahr voller Mut – mutige Schritte, mutige Investitionen, mutige Entscheidungen.“

Arnold Irimia:
„Das kommende Jahr gehört denen, die mutig digitalisieren und flexibel bleiben.“

VIncent Kästle:
„Mein Wunsch an Politik und Verwaltung? Mehr gezielte Förderprogramme für digitale, unbemannte Store-Konzepte“

Michael Irsay:
„Fitness und eine gesunde Lebensweise sind nicht nur für das persönliche Wohlbefinden von zentraler Bedeutung, sondern tragen auch zu einer langfristig gesünderen Gesellschaft bei.“

Andrea Seitz-Maier:
„Wir sehen oft nur die Automaten – aber dahinter steckt Herzblut, Technik und Organisation.“

Sven Appel:
„Ein gutes Jahr bedeutet für uns: gut gefüllte Automaten, zufriedene Kunden und Technik, die zuverlässig läuft.“

VR DACH 01-2026.indd 13 18.12.2025 09:58:28

LESEMACHEREI

VENDING HEAVEN

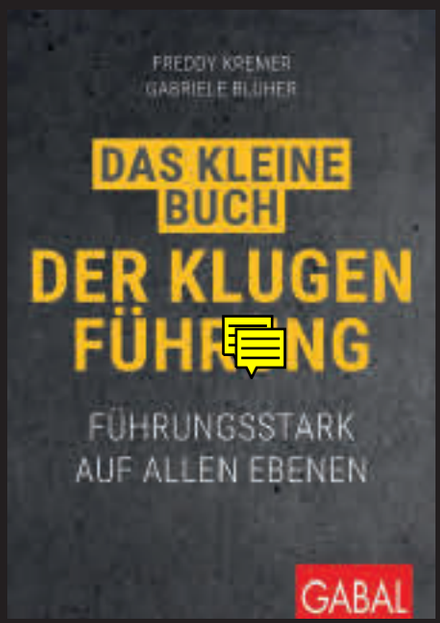
Amazing Vending Machine Heaven bietet einen kompakten Einblick in die vielfältige Welt japanischer Verkaufsautomaten. Auf nur 21 Seiten fasst Autor Ichiro Tanaka die besonderen Merkmale zusammen, die japanische Automaten weltweit so einzigartig machen — von ihrem breiten Produktspektrum über technologische Innovationen bis hin zu ihrem kulturellen und wirtschaftlichen Stellenwert. Der Text konzentriert sich weniger auf persönliche Anekdoten, sondern liefert eine sachliche Darstellung der Entwicklung und Bedeutung der Automatenkultur. Besonders hervorzuheben ist die Übersicht über moderne Technologien.

Autor: Ichiro Tanaka
Seitenzahl: 21
ASIN-B0D9K8JFB5

REZEPTVIELFALT

Mit „*Kaffee-Rezepte – Der Geschmack der Welt aus einer Bohne*“ legt der Autor ein vielseitiges Kompendium für Kaffeefans vor, das weit über ein klassisches Rezeptbuch hinausgeht. Auf knapp 200 Seiten verbindet das Werk eine globale Reise durch 18 Länder und 4 Kontinente mit einer breiten Sammlung von insgesamt rund 70 Getränkerezepten sowie 30 Speisen, Desserts und kulinarischen Anwendungen, die Kaffee als aromatische Grundlage nutzen. „*Kaffee-Rezepte – Der Geschmack der Welt aus einer Bohne*“ ist ein ideales Buch für alle, die Kaffee nicht nur trinken, sondern erleben möchten. Ob Einsteiger oder ambitionierte Hobby-Baristi – die Vielfalt der internationalen Rezepte, Hintergrundinfos und die verständliche Aufbereitung machen das Buch zu einer lohnenden Anschaffung.

Autor: Kaffee-Pionier
Seitenzahl: 193
ISBN-13-979-8300607401



FÜHRUNGSEBENE

Das Buch von Freddy Kremer und Gabriele Blüher ist ein kompakter Leadership-Ratgeber, der sich ideal für Führungskräfte eignet, die schnell umsetzbare, klare und praxistaugliche Orientierung suchen. Das Werk, erschienen im Gabal Verlag, vereint die unternehmerische Erfahrung des Beraters und ehemaligen Vorstands Freddy Kremer mit den strategischen und kommunikativen Einblicken, die Gabriele Blüher über zwei Jahrzehnte in enger Zusammenarbeit mit der Chefredaktion des Focus gesammelt hat. Diese Mischung macht das Buch zu einem gut lesbaren Begleiter für alle, die Führungsarbeit nicht nur verstehen, sondern wirksam gestalten möchten. Die Autoren konzentrieren sich bewusst auf konkrete Handlungsschritte, alltagstaugliche Methoden und klare Orientierung.

Autor: Freddy Kremer
Seitenzahl: 144
ISBN-13-978-3967392630

VR DACH 01-2026.indd 14 18.12.2025 09:58:33

BLITZ UMFRAGE MONAT

Sind leitungsgebundene Wasserspender eine gangbare Zusatzeinnahmequelle für Operator?
70% der Befragten sagen ja, während 30% der Befragten solche im Geschäft nicht einsetzen.

Zahl des Monats

5,3

Der Markt für Energy-Drinks in Deutschland wächst weiter – und das macht sie zu einem bedeutenden Umsatzbringer, nicht nur im Einzelhandel, sondern auch für Automaten, Tankstellen und Convenience-Shops. Laut aktuellen Daten gehören Energy-Drinks zu den „*Superhelden*“ der alkoholfreien Getränke: Der Verkauf im Handel erzielte 2024 einen Umsatz von EUR 2,217 Mrd. – mit einem Absatzplus von 5,3% gegenüber dem Vorjahr. Damit zählt die Warengruppe zu den wenigen Segmenten mit stabilem Wachstum – selbst in einem ansonsten schwankenden Getränke- und Konsumumfeld. 2024 konsumierten rund 15% der Menschen ab 14 Jahren in Deutschland Energy-Drinks; das entspricht etwa 10,5 Mio. Personen. Einige greifen sogar regelmäßig – zwei- bis dreimal pro Woche – zum „*Wachmacher*“. Quelle: www.meininger.de

Studie: Die besten deutschen Städte für Kaffeeliebhaber

Deutschland hat sich in den vergangenen Jahren zu einer echten Kaffee-Nation entwickelt. Ob traditionelle Kaffeehäuser, moderne Röstereien oder trendige Third-Wave-Cafés – das Angebot wächst stetig. Doch welche Stadt bietet Kaffeeliebhabern tatsächlich das beste Gesamterlebnis? Dieser Frage ist das Kaffeemagazin Coffeeness nachgegangen und hat 80 der größten deutschen Städte analysiert. Das Ergebnis: Berlin sichert sich mit 54,52 Punkten Platz eins im Gesamtranking, gefolgt von Frankfurt am Main und München. Bemerkenswert ist dabei, dass nicht nur die großen Metropolen überzeugen – auch kleinere Städte wie Offenbach am Main oder Neuss mischen unter den Top Ten mit. Berlin führt das Ranking an, dominiert jedoch keine einzelne Kategorie. Die Hauptstadt punktet vor allem durch die lebendige Kaffeekultur und ein hohes öffentliches Interesse am Thema Kaffee. Überraschend ist jedoch, dass ausgerechnet Hamburg die günstigsten Kaffeepreise unter den Spitzenstädten bietet, obwohl die Hansestadt insgesamt nur auf Rang acht landet. Frankfurt am Main zeigt sich als Hotspot für Kaffeebegeisterung und verzeichnet mit 11.270 kaffeebezogenen Suchanfragen pro 100.000 Einwohner das höchste Suchvolumen deutschlandweit. Offenbach am Main sorgt für eine der größten Überraschungen der Studie: Mit 318,7 Cafés pro 100.000 Einwohner verfügt die Stadt über die mit Abstand höchste Café-Dichte Deutschlands – und damit über 4,5-mal mehr Cafés pro Kopf als Berlin. Quelle: PM Coffeeness

Bildquelle: leszekglasner - stock-adobe.com

Lichtenauer Mineralquellen feiern 35-jähriges Jubiläum

Vor 35 Jahren wurde der Grundstein für die Lichtenauer Mineralquellen GmbH gelegt. Aus diesem Anlass empfingen die Inhaber Günter und Dirk Hinkel sowie Geschäftsführer Thomas Heß den Landrat des Landkreises Mittelsachsen, Sven Krüger, und den Bürgermeister der Gemeinde Lichtenau, Andreas Graf. Gemeinsam blickten sie zurück auf die Anfangsjahre des Unternehmens und schauten auf dessen Entwicklung bis heute. Im Rahmen einer Feierstunde mit fachlichem Austausch überreichten die Inhaber eine Sonderedition einer befüllten 3-Liter-Perlenflasche mit Jubiläumsetikett sowie die Lichtenauer Chronik, die die Entwicklung des Unternehmens dokumentiert. In einem politischen Diskurs erhielt der Landrat Einblicke in die Herausforderungen der Mineralwasserbranche und in die aktuelle wirtschaftliche Situation des Brunnenunternehmens. Der Landrat würdigte die Lichtenauer Mineralquellen als Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor der Region: „*Mit über 220 Arbeitsplätzen sind die Lichtenauer Mineralquellen ein bedeutender Arbeitgeber und tragen maßgeblich zur wirtschaftlichen Stabilität des Standorts Mittelsachsen bei. Gleichzeitig konnte ich während meines Rundgangs wertvolle Einblicke in Themen wie Qualität, Innovation, Kreislaufwirtschaft und Regionalität gewinnen.*“ Quelle: PM Lichtenauer Mineralquellen

Bildquelle: Lichtenauer Mineralquellen GmbH

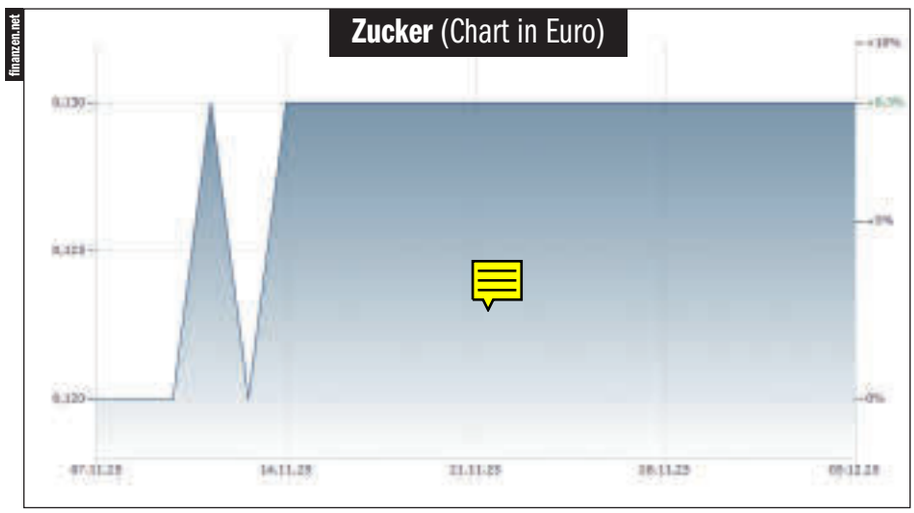
VR DACH 01-2026.indd 15 18.12.2025 09:58:36

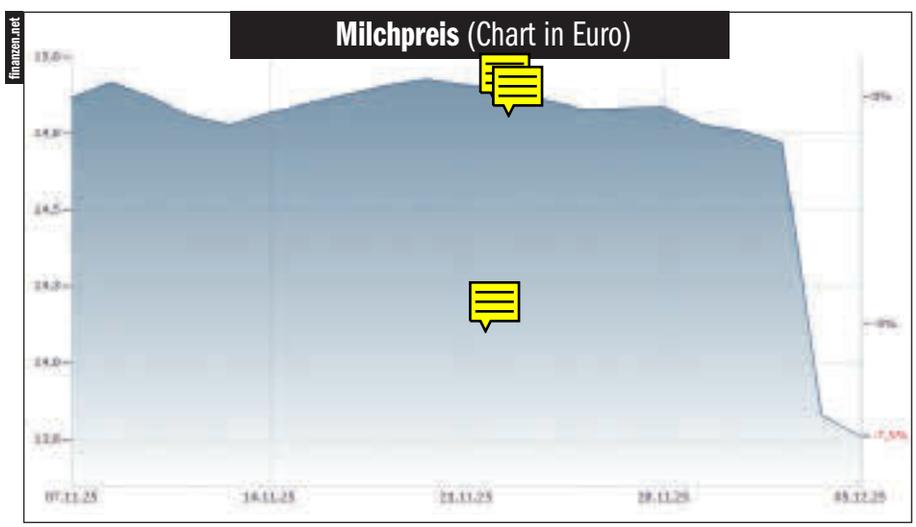
thumbsup!

Coca-Cola und Lidl spenden an die Tafeln

Coca-Cola Europacific Partners Deutschland (CCEP DE) und Lidl in Deutschland setzen ein Zeichen für soziales Engagement: Gemeinsam überreichten sie der Tafel Deutschland bei einem Stopp des Coca-Cola Weihnachtstrucks einen Scheck über EUR 200.000. Die Spende kommt den rund 75.000 ehrenamtlichen Helfern zugute, die sich bundesweit für armutsbetroffene Menschen einsetzen. An den Ausgabestellen der Tafel erhalten rund 1,5 Mio. Menschen in Deutschland gerettete Lebensmittel. Die diesjährige Aktion ist die fünfte gemeinsame Weihnachtsspende von CCEP DE und Lidl in Deutschland an die Tafeln. In diesem Jahr erreichen die Partner insgesamt eine EUR 1 Mio. an Gesamtspenden. Mit ihrem Engagement leisten beide Partner einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag, insbesondere in herausfordernden Zeiten wachsender sozialer Ungleichheit. Als langjähriger Partner der Tafel in Deutschland engagiert sich CCEP DE nicht nur finanziell, sondern unterstützt lokale Tafeln und Tafel-Landesverbände auch aktiv bei Volunteer Days und mit Sach- sowie Warenspenden. „*Sich zu engagieren, gehört für uns dazu“, betont Florian von Salzen, Geschäftsführer Commercial bei CCEP DE. „Deshalb können sich beispielsweise Mitarbeitende an zwei Tagen im Jahr während der Arbeitszeit vor Ort einbringen.*“ Quelle: PM CCEP DE

Rohstoffpreise Weltmarkt





EU-Anhörung zu Energydrinks: Foodwatch fordert Altersgrenze von 18 Jahren

Bei einer Anhörung im Europaparlament zu den Gefahren von Energydrinks hat foodwatch ein EU-weites Verkaufsverbot an Minderjährige gefordert. Hersteller wie Red Bull, Rockstar und Monster würden gezielt Kinder und Jugendliche ansprechen – etwa über Influencer-Marketing, Gaming-Kooperationen oder Sportsponsoring, kritisiert die Verbraucherorganisation. Dabei warnen Ärzte seit Jahren vor den Gesundheitsrisiken der stark koffeinhaltigen und zuckergesüßten Getränke. Länder wie Polen, Lettland und Ungarn haben den Verkauf an Minderjährige daher bereits eingeschränkt, weitere Staaten planen dies. foodwatch forderte die Bundesregierung auf, auch in Deutschland eine Altersgrenze für Energydrinks einzuführen. Dr. Rebekka Siegmann von foodwatch, die heute im Europäischen Parlament als Expertin bei der Anhörung sprach, sagte: „*Energydrinks sind ein ernstes Gesundheitsrisiko für Kinder und Jugendliche. Während andere EU-Länder längst den Verkauf an Minderjährige stoppen, schaut die Bundesregierung untätig zu, wie Red Bull und Co. ihre gefährlichen Drinks an Kinder verkaufen. Wir brauchen endlich auch in Deutschland eine Altersgrenze von 18 Jahren für Energydrinks.*“ Der Umweltausschuss (ENVI) des Europäischen Parlaments führte heute eine öffentliche Anhörung zu Risiken durch, die mit dem Konsum von Energydrinks bei Minderjährigen verbunden sind. Anlass war unter anderem ein foodwatch-Report zu den Gefahren der Getränke und zur gezielten Vermarktung an Kinder. Quelle: www.about-drinks.com

„*Jedes Mal besonders*“: Dallmayr präsentiert neue Dachmarken-Kampagne

Dallmayr feiert eine besondere Premiere: Unter dem neuen Claim „*Jedes Mal besonders*“ startet die Traditionsmarke eine aufmerksamkeitsstarke Dachmarken-Kampagne mit emotionalen Bildern, einheitlichem Markenauftritt und fünf vielseitigen Spots. Ziel ist es, die Energie in der Dachmarke zu bündeln und sich medial effizienter und moderner aufzustellen. Was macht Dallmayr zu Dallmayr? Diese zentrale Frage markierte den Auftakt eines ambitionierten Projekts, das im Sommer 2024 seinen Anfang nahm und nun seine volle Strahlkraft entfaltet: die neue Dachmarkenkampagne mit fünf TV-Spots sowie einer umfassenden Prä-

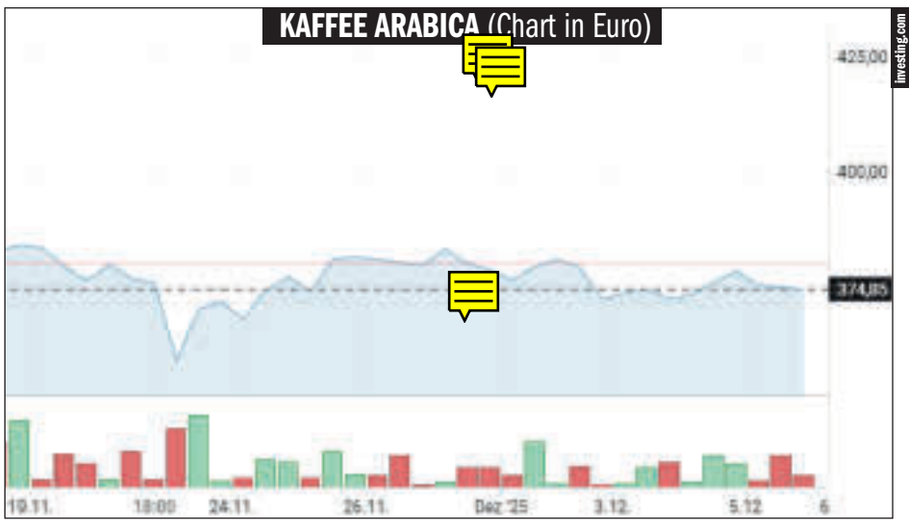
VR DACH 01-2026.indd 16 18.12.2025 09:58:37

senz in Digital-, Social-Media- und Printkanälen. Diese sollte nicht nur die Qualität unserer Produkte d'Oro, Home Barista, Röstkunst, prodomo und capsa, sondern auch das Lebensgefühl, das mit jeder Tasse Dallmayr verbunden ist, vermitteln. Im Zentrum steht ein neuer Claim: Aus „*Jeden Tag einmalig*" wird „*Jedes Mal besonders*". Der Begriff „*besonders*" bringt auf den Punkt, wofür Dallmayr seit jeher steht – höchste Sorgfalt, Liebe zum Detail und kompromisslosen Qualitätsanspruch. „*Mit der neuen Dachmarkenkampagne schaffen wir eine moderne, emotionale Klammer für unser gesamtes Kaffeesortiment. Unser Anspruch war es, eine visuelle Sprache zu entwickeln, die sowohl unsere Tradition als auch unsere Zukunft zum Ausdruck bringt. Hierbei geht es uns um ein Markenerlebnis, das Menschen berührt und inspiriert*", erklärt Ellen Ruthrof, Leitung Marketingkommunikation Kaffee bei Dallmayr Quelle: PM Dallmayr

Hitchcock zieht positive Bilanz: Sichtbarkeit 2025 deutlich gesteigert

Hitchcock blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Insbesondere in puncto Sichtbarkeit konnte die Marke 2025 große Erfolge verzeichnen. Mit einem klaren Social-First-Ansatz erzielte sie vor allem auf Instagram und TikTok signifikantes Wachstum. Flankiert wurde der digitale Schwerpunkt mit OOH-Werbung im urbanen Raum sowie TV-Präsenz. Hinzu kamen Eventsponsorings und Kooperationen in relevanten Szenen und Städten, die die Marke im Alltag erlebbar machten und die Vielseitigkeit der Produkte betonten. Hitchcock kann sich über eine positive Jahresbilanz freuen. 2025 ist es der Marke gelungen, noch sichtbarer und erlebbarer zu werden. Die Konsumentennähe wurde dafür über verschiedene Kanäle deutlich ausgebaut, allen voran Instagram und TikTok. Dieser Social-First-Ansatz brachte allein auf Instagram ein nachhaltiges Follower-Wachstum von über 300%. Der erst im März gestartete TikTok-Kanal überschritt die Marke von 9.000 Followern. Doch auch abseits von Social Media konnte sich Hitchcock sehen lassen – die deutschlandweite OOH-Kampagne brachte mehr als 18 Mio. Kontakte, das TV-Gewinnspiel rund um „*Das perfekte Dinner*" über zwei Mio. Gezieltes Sponsoring von Events wie Afterwork-Veranstaltungen oder Kooperationen mit Cafés, die einen eigenen Hitchcock-Drink auf die Karte brachten, rundeten das Gesamtkonzept mit ab. Quelle: PM Hitchcock

ROHSTOFFPREISE WELTMARKT



VR DACH 01-2026.indd 17 18.12.2025 09:58:38

LESERBRIEF

Steffen Jeromin ist Group Product Manager Vending bei REPA, einem der führenden Anbieter für Ersatzteile in der Vending-Branche. Herr Jeromin stellt fest, dass sich die Branche in einer Phase befindet, in der technologischer Fortschritt, neue Produktwelten und strukturelle Veränderungen zusammenwirken. Wer vorausschauend investiert, datengetrieben entscheidet und sich flexibel auf neue Konsumentenerwartungen einstellt, wird auch 2026 erfolgreich sein..

Die Vending-Branche blickt auf ein Jahr zurück, das von Stabilität, aber auch spürbarem Anpassungsdruck geprägt war. 2025 war für viele Marktteilnehmer ein moderat wachsendes Jahr, zugleich jedoch herausfordernd, weil steigende Rohwaren-, Energie- und Betriebskosten die Margen belastet haben. Dennoch lässt sich klar erkennen: Die Branche hat ihren Innovationspfad weiter gefestigt – und genau darin liegt die Grundlage für ein solides Wachstum im Jahr 2026. Besonders dynamisch entwickelten sich Segmente, die das sich wandelnde Konsumentenverhalten aufgreifen. Frische- und Convenience-Angebote, insbesondere refrigerated Vending, Fresh-Food-Konzepte und Micro-Markets, haben in Büroumgebungen und Hochschulen deutlich an Boden gewonnen. Auch Premium-Kaffee und spezialisierte Heißgetränke erlebten ein professionelles Upgrade. Parallel dazu investierten viele Operator in Smart-Vending-Lösungen, Telemetrie und IoT, um Effizienzpotenziale zu heben. Auf der anderen Seite zeigten klassische Süßwarenautomaten ein stagnierendes bis rückläufiges Bild – ein Ergebnis des Trends zu gesünderen Alternativen und höherem Preisdruck. Besonders ältere, nicht modernisierte Flotten wurden zunehmend stillgelegt oder ersetzt. Diese Entwicklungen bestätigen: Technologie ist längst nicht mehr Zusatz, sondern Kernbestandteil eines wettbewerbsfähigen Vending-Betriebs. Telemetrie, Edge-Datenverarbeitung, Predictive Restocking, kontaktlose Zahlverfahren und mobile Wallets bilden heute den Branchenstandard. Ergänzend verbreiten sich Account- und Abo-basierte Bezahlmodelle sowie Loyalty-Anbindungen – Konzepte, die 2025 noch Pilotcharakter hatten und nun in die Skalierung gehen. Gleichzeitig wächst der Fokus auf nachhaltige Verpackungen, ressourcenschonende Konzepte und regulatorische Anforderungen. Wer sich frühzeitig strukturiert, erspart sich langfristig Reibungspunkte. Um die Wettbewerbsfähigkeit der Branche nachhaltig zu stärken, sollten aus meiner Sicht Themen wie regulatorische Harmonisierung, Investitionsförderung für energieeffiziente Upgrades, standardisierte Telemetrie-Schnittstellen, Datenschutzleitfäden speziell für den Vending-Betrieb sowie Qualifizierungsprogramme für digitales Flottenmanagement deutlich stärker priorisiert werden. Auch eine erleichterte EU-weite Markterschließung für kleinere und mittlere Operator bleibt aus Branchensicht essenziell.

Möge das passende Ersatzteil auch im Jahr 2026 mit Dir sein!

Steffen Jeromin,
Group Product Manager Vending,
REPA GROUP

Umfirmierung: Von gdp Global Drinks Partnership GmbH zu Fever-Tree GmbH

Die gdp Global Drinks Partnership GmbH wurde zum 01. Dezember umbenannt und firmiert nun unter Fever-Tree GmbH. Bereits im Juni 2020 übernahm die in London ansässige Muttergesellschaft Fevertree Drinks plc die gdp Global Drinks Partnership GmbH als 100%ige Tochtergesellschaft. „*Wir haben diese Zugehörigkeit nun auch mit der Namensänderung zu Fever-Tree GmbH nach außen deutlich gemacht und um den Fokus auf das Premium-Portfolio zu verdeutlichen*“, so das Unternehmen via LinkedIn. Mit der Einführung des Premium Indian Tonic Water 2005 hat sich die Marke Fever-Tree einen Namen als Spezialist und Vorreiter in der bis dahin stark vernachlässigten Getränkekategorie der Mixer gemacht. Von der Überzeugung „*If 3/4 of your drink is the mixer, mix with the best*“ angetrieben, haben die Gründer Charles Rolls und Tim Warrilow nach eingehenden Recherchen in der British Library nach den hochwertigsten ursprünglichen Zutaten gesucht – und sie bei kleinen Speziallieferanten auf der ganzen Welt gefunden: feinste natürliche Zutaten für Premiumqualität und besten Geschmack. Inzwischen ist Fever-Tree einer der weltweit führenden Anbieter von Mixern und verkauft seine Produkte in rund 80 Ländern weltweit. Mit Einführung der Produktinnovation Cocktail-Mixer in 2023 weitete Fever-Tree seinen Premiumanspruch auf eine neue Kategorie aus. Quelle: PM Fever-Tree

effect: Made in Germany als Trust- und Umsatzfaktor

Für die MBG Group ein erfolgreiches Modell: Made in Germany. Ihre in Deutschland entwickelte, designte und vermarktete Brand effect etablierte sich zum führenden deutschen Energy-Drink und preschte Nielsen zufolge auf Platz vier der weltgrößten Marken vor. „*Durch Beweglichkeit, Qualität und resiliente Lieferketten liefert eine inländische Wertschöpfungskette einen klaren Vorsprung im Markt*“, urteilt Geschäftsführer Andreas Herb. Anfang der Jahrtausendwende rangierten im Marktgeschehen Themen wie Compliance, Lieferketten oder Unabhängigkeit noch in den hinteren Rängen. Antizyklisch entschied sich Herb für einen heimischen Energy-Drink – er wollte den globalen Platzhirschen Paderborner Paroli bieten. 2002 drang MBG mit seinem Powerbooster in den von internationalen Firmen beherrsch-

VR DACH 01-2026.indd 18 18.12.2025 09:58:39

SPRUCH DES MONATS

„Kaffee ist die stillste Form von Mut: Er weckt uns, bevor die Welt es tut."

(Aurelia Morgenstern)

ten Markt. Nach Jahren Beharrlichkeit und Marketings verkauft der Premiumvertrieb heute über 250 Millionen Dosen jährlich, rund die Hälfte davon hierzulande. Entlang der Wertschöpfungskette profitieren viele Partner: Produktentwicklung und Rezeptur geschehen inhouse. Döhler in Darmstadt stellt Aromen und Vitamine her. Abfüller, Handelspartner, Disponeure, Kommunikations- sowie E-Commerce-Dienstleister und Lageristen sitzen ebenso im Inland wie Controlling, Buchhaltung, Einkauf und Qualitätsmanagement. „*Wir sprechen von über 1.500 Personen, die aktiv und anteilig von effect profitieren*", überschlägt der gelernte Bankkaufmann. Quelle: PM MBG Group

Vom Mixen zum to-go-Becher: De'Longhi launcht neuen nutribullet Flex

Der Morgen: ein Spagat zwischen Schulbrote schmieren und Laptopstart. Während die To-do-Liste wächst, schrumpft die Zeit für sich selbst. Doch irgendwo zwischen E-Mails checken und tief durchatmen bleibt dieser kleine Moment: Zutaten einfüllen, Smoothie mixen – und kurz das Gefühl haben, alles im Griff zu haben. Der neue nutribullet Flex ist für genau diesen Moment gemacht. Kabellos, wiederaufladbar, kompakt und kraftvoll bringt er gesunde Ernährung in jeden noch so vollen Tag – ob nach dem Workout, auf dem Weg zur Bahn oder im Auto zwischen zwei Terminen. Einfüllen, mixen, genießen – so einfach kann Balance sein. Das Besondere am Flex: Die Motoreinheit lässt sich nach dem Mixen einfach abdrehen – der Blender wird zum leichten To-go-Becher, der sich bequem überallhin mitnehmen lässt. Neu: Auch die Mixklinge ist einzeln abnehmbar und spülmaschinengeeignet – ein Detail, das die Reinigung enorm erleichtert und den Flex deutlich praktischer macht als viele andere portable Geräte. Mit 7,4 Volt Leistung zerkleinert der Flex frische und gefrorene Zutaten in Sekunden und liefert cremige Ergebnisse – ohne Steckdose und Aufwand. Durch die abnehmbare Motoreinheit wird der Flex nach dem Mixen zum leichten, auslaufsicheren Trinkbecher, der sich bequem in Hand oder Tasche tragen lässt. Das reduziert das Gewicht unterwegs um bis zu 50 % und macht ihn zu einem komfortablen Begleiter. Dank mehrstufiger LED-Batterieanzeige, USB-C-Ladung, über 15 Mixzyklen pro Akkuladung und spülmaschinengeeigneten Edelstahlklingen ist der Flex so pflegeleicht wie alltagstauglich. Quelle: PM De'Longhi

Erster deutscher Getränkehersteller mit validierten Netto

Die Vilsa-Gruppe geht den nächsten konsequenten Schritt in ihrer Klimastrategie: Als erster deutscher Getränkehersteller hat Vilsa sich wissenschaftsbasierte Klimaziele gesetzt und gemäß dem Science Based Targets initiative (SBTi) Netto-Null Standard validieren lassen. Seit dem Beitritt zur SBTi im Jahr 2023 hat Vilsa konsequent daran gearbeitet, seine Klimaziele wissenschaftsbasiert zu definieren und bestätigen zu lassen. „*Die Validierung unserer Netto-Null-Ziele zeigt, dass wir uns überprüfbar zu einer nachhaltigen Zukunft verpflichten,*" sagt Henning Rodekohr, geschäftsführender Gesellschafter der Vilsa-Brunnen Otto Rodekohr GmbH. „*Wir übernehmen Verantwortung über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg – und setzen statt auf kurzfristige Kompensation, auf echte Emissionsreduktion. Verbleibende Restemissionen werden wir gemäß SBTi-Kriterien ausgleichen.*" Bereits seit 2018 produziert VILSA am Stammsitz Bruchhausen-Vilsen mit 100% Ökostrom und hat die direkt am Standort anfallenden, produktionsbedingten Emissionen von 2010 bis 2024 um rund 70% pro Füllung gesenkt. Mit der Bestätigung durch die SBTi verpflichtet sich die Vilsa-Gruppe, ihre Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis spätestens 2050 auf Netto-Null zu reduzieren – im Einklang mit dem 1,5-Grad-Ziel des Pariser Abkommens. Die Science Based Targets initiative ist eine Organisation, die Unternehmen unterstützt, Klimaziele zu definieren. Quelle: PM Vilsa Brunnen

Bildquelle: pbs.twimg.com

VR DACH 01-2026.indd 19 18.12.2025 09:58:40

Bildquelle: https://i.pinimg.com/736x/ca/58/37/ca58370d37e9e7081c1ebfce620a6b4c.jpg

VR DACH 01-2026.indd 20 18.12.2025 09:58:47

Frohes neues Jahr

Um zwischen den Jahren seinen Kunden ein frohes neues Jahr zu wünschen, hat sich der Betreiber dieser Zigarettenverkaufsstelle was besonderes ausgedacht: Fröhlich wurde auf die Glasscheibe eine Botschaft geschrieben. Eine interessante Idee auch für Operator hierzulande.

VR DACH 01-2026.indd 21 18.12.2025 09:58:52

Bildquelle: https://www.creativeboom.com/inspiration/photographs-of-japans-beloved-vending-machines-covered-in-snow-by-eiji-ohashi/

VR DACH 01-2026.indd 22 18.12.2025 09:58:58

Verschneit, dennoch funktionstüchtig

Der Fotograf Eiji Ohashi hat in Japan Verkaufsautomaten zur Winterzeit fotografiert. Dabei deutlich zu sehen: 30cm Schnee macht den Geräten nichts aus, dennoch lassen sich noch Zigaretten, Getränke und Snacks am Automaten kaufen.

VR DACH 01-2026.indd 23 18.12.2025 09:59:03

Winter Vending Land

Durch diverse Aktionen hat Coca Cola ein gewisses Winterimage erhalten (Siehe die Coca Cola Trucks und zahlreiche Werbungen um die Winterzeit). Da passt dieses Bild von einem verschneiten gebrandeten Automaten doch perfekt ins Bild.

VR DACH 01-2026.indd 24 18.12.2025 09:59:11

Bildquelle: https://i.pinimg.com/736x/fd/06/50/fd0650b81cb8907ab1f188d55b6533fb.jpg

VR DACH 01-2026.indd 25 18.12.2025 09:59:17

Aktuell, europäischer Verband.

GESTÄRKT INS **NEUE JAHR**

Erwin Wetzel, EVA

1) Mit welchen Erwartungen blickt Ihr Verband auf das Jahr 2026? Welche übergeordneten Themen werden Ihrer Meinung nach im Fokus liegen?

Wir erwarten für 2026 ein Jahr, in dem Stabilität, Wettbewerbsfähigkeit und technische Weiterentwicklung im Mittelpunkt stehen. Nach intensiven Jahren, in denen es viele neue EU-Regulierungen gab, möchten wir eine Phase, in der weniger neue Vorgaben entstehen und in der sich die Branche stärker auf Umsetzung, Marktqualität und Innovation konzentrieren kann. Dafür werden wir uns einsetzen.

Ein zentrales Thema bleibt die Sicherheit und Qualität der Geräte auf dem europäischen Markt. Unser Ziel ist es, faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und sicherzustellen, dass alle Produkte – europäische wie importierte – denselben Sicherheits- und Compliance-Anforderungen unterliegen. Das ist entscheidend, um die Wettbewerbsfähigkeit unserer europäischen Unternehmen zu schützen.

Gleichzeitig erwarten wir im Jahr 2026 wichtige Fortschritte bei der Implementierung von EVA Smartlink, unserem neuen Branchenprotokoll. EVA Smartlink soll die Interoperabilität verbessern, die technische Komplexität reduzieren und Herstellern sowie Betreibern ein gemeinsames, zukunftsfähiges digitales Ökosystem bieten. Die Umsetzung in den nationalen Märkten und bei den Herstellern wird einen Schwerpunkt unserer Arbeit bilden.

2) Wie schätzen Sie die Investitionsbereitschaft der Branche für 2026 ein? In welche Segmente erwarten Sie das meiste Potenzial?

Für das Jahr 2026 erwarten wir eine solide, jedoch sehr gezielt ausgerichtete Investitionsbereitschaft. Die Branche ist zwar vorsichtiger geworden, aber gleichzeitig bereit, dort zu investieren, wo ein klarer Mehrwert entsteht, sei es durch höhere Qualität, bessere Effizienz oder neue Umsatzmodelle.

Das größte Potenzial sehen wir in Premium-Kaffeelösungen, insbesondere in Bean-to-Cup-Systemen und hochwertigen OCS-Systemen mit Milchmodulen. Unternehmen investieren dort, wo sie den Arbeitsplatz als Service attraktiver gestalten können.

Zweitens werden Micro-Markets und Smart Fridges weiter stark wachsen. Beide Konzepte erfüllen die Nachfrage nach frischen, flexiblen und unbedienten Angeboten – ein Trend, der sich durch hybride Arbeitsmodelle zusätzlich verstärkt.

Ein weiterer Investitionsschwerpunkt wird digitale Technologie bleiben. Telemetrie, Remote-Management, Cashless-Systeme sowie datenbasierte Services. Aktuell modernisieren viele Operator ihre Infrastruktur, um Betriebskosten zu senken und Ausfälle zu minimieren. Zudem erwarten wir Investitionen in Gerätesicherheit und Konformität, insbesondere im Hinblick auf neue europäische Anforderungen und das Ziel, die Qualität des europäischen Marktes gegenüber Importprodukten zu sichern.

3) Welche technologischen oder organisatorischen Innovationen könnten 2026 die größte Rolle spielen?

Das kommende Jahr wird stark von digitalen und organisatorischen Innovationen geprägt sein, die den Betrieb effizienter, sicherer und vernetzter machen werden. Die wichtigste Entwicklung wird dabei die Einführung und Verbreitung von EVA Smartlink sein, unserem neuen, einheitlichen Branchenprotokoll. Mehr darüber erfahren Sie auf unserer Website.

4) Was wünschen Sie sich für die Branche im neuen Jahr – und was sollte sich verändern, damit 2026 ein erfolgreiches Jahr wird?

Ich wünsche mir vor allem mehr Stabilität und Verlässlichkeit für die Branche. Nach Jahren intensiver Regulierung wäre es wichtig, dass die Unternehmen etwas Luft bekommen, um bestehende Vorgaben umzusetzen, statt ständig mit neuen Anforderungen konfrontiert zu werden. Weniger, aber besser gemachte Regulierung wäre ein echter Gewinn – sowohl für die Wettbewerbsfähigkeit als auch für die Innovationskraft unserer Industrie. Damit 2026 ein erfolgreiches Jahr wird, brauchen wir außerdem faire Marktbedingungen. Es muss gewährleistet sein, dass alle Geräte auf dem europäischen Markt dieselben Sicherheits- und Qualitätsanforderungen erfüllen. Nur so können sich europäische Hersteller gegen minderqualitative Importe behaupten und Operator können auf verlässliche Technik setzen.

Zudem wünsche ich mir, dass sich die Branche noch stärker in Richtung Digitalisierung, Interoperabilität und Effizienz bewegt. Ein wichtiger Baustein dafür ist die Umsetzung von EVA Smartlink: ein gemeinsamer technischer Standard, der die Integration erleichtert, die Kosten senkt und neuen digitalen Services den Weg ebnet.

Schließlich wünsche ich mir, dass wir – trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten – weiter investieren: in hochwertige Kaffee- und Frischekonzepte, in moderne Zahlungssysteme und in datenbasierte Betriebsmodelle. All das stärkt die Attraktivität des unbedienten Verkaufs und hilft dabei, neue Kundengruppen zu erreichen.

5) Inwiefern ist das Thema „nachhaltige Standortversorgung“ (Energieeffizienz, Tourenplanung, CO_2-Reduktion) in der Branche angekommen? Welche Unterstützung wünschen Sie sich von der Politik für die Branche hinsichtlich Nachhaltigkeit?

Benötigt werden realistische und stabile gesetzliche Rahmenbedingungen, die Innovation nicht ausbremsen und den Unternehmen Planungssicherheit geben. Außerdem sind Förderprogramme für energieeffiziente Geräte erforderlich, wie sie in anderen Branchen längst Standard sind. Darüber hinaus sind klare Kontrollen bei importierten Geräten notwendig, damit die hohen europäischen Sicherheits- und Effizienzanforderungen für alle Marktteilnehmer gelten. Zudem ist eine kohärente europäische Politik erforderlich, die Nachhaltigkeit unterstützt, ohne durch übermäßige Bürokratie Investitionen zu blockieren.

Weitere Informationen unter:
www.vending-europe.eu

VR DACH 01-2026.indd 26 18.12.2025 09:59:18

SOVIEL BUDGET HABEN SIE

Wir **helfen** und **zeigen** Ihnen ständig **Lösungen**, **Möglichkeiten** und **Chancen** kostenlos online oder über unsere Apps. Über **ein Dankeschön durch Abschluß eines Print-Abos würden wir uns** auch **sehr freuen**. Vielen Dank.

Abonnement Bestellung per e-mail über:
vertrieb@vending-report.com

Abonnement Bestellung per Fax: **0049 (0) 6187 92949-17**

Hiermit bestelle ich mein persönliches Exemplar von Vending Report für die Laufzeit von 1 Jahr (11 Ausgaben) zu EUR 85,– . Das Abonnement kann innerhalb von 14 Tagen widerrufen oder 1 Monat vor Ablauf jederzeit schriftlich gekündigt werden. Bitte übersenden Sie mir das Print-Abo an folgende Adresse:

Firma: ..... Name: .....

Straße/Nr: ..... PLZ/Ort: .....

e-mail: ..... Tel: .....

Datum, Ort: ..... rechtsverb. Unterschrift: .....

VR DACH 01-2026.indd 27 18.12.2025 09:59:19

GERMANY, BDV.

Dr. Aris Kaschefi, BDV

1) Wir gehen mit vorsichtigem Optimismus ins Jahr 2026. Der Bedarf an flexiblen Versorgungsmodellen wächst weiter. Viele Unternehmen erkennen inzwischen, dass Automaten und Micro-Markets ein fester Bestandteil einer modernen Mitarbeiterversorgung sind.

Gleichzeitig bleibt die gesamtwirtschaftliche Lage herausfordernd. Vor allem die Situation in der Automobil- und Industriebranche wirkt sich spürbar auf unsere Operator aus: Wenn Unternehmen Stellen abbauen oder Produktionsbereiche zurückfahren, sinkt zwangsläufig auch der Konsum am Arbeitsplatz. Wir gehen davon aus, dass viele Betriebe im Jahr 2026 weitere Effizienz- und Sparmaßnahmen prüfen werden.

Für Operator bedeutet das: stärker diversifizieren, zusätzliche Geschäftsfelder aufbauen und die eigene Aufstellung breiter denken. Wer verschiedene Standbeine hat, bleibt auch in einem unsicheren Umfeld stabil.

Drei übergeordnete Themen werden 2026 prägend sein:

1. **Fachkräfte:** Der Mangel an qualifiziertem Personal – vom Servicetechniker bis zum Routenfahrer – stellt nach wie vor die größte operative Herausforderung der Branche dar. Um dem entgegenzuwirken, müssen wir als Branche nicht nur attraktiver für neue Mitarbeitende werden, sondern auch zielgerichtete Qualifizierungswege anbieten und Prozesse automatisieren, wo es sinnvoll ist. Eine besonders vielversprechende Möglichkeit besteht darin, technikaffine Mitarbeitende aus handwerklichen Berufen gezielt weiterzubilden. Durch eine Kombination aus elektrotechnischer Zusatzqualifikation, branchenspezifischen Vending-Seminaren sowie Schulungen zur Elektrofachkraft für festgelegte Tätigkeiten können sie zu vollwertigen Vending-Servicetechnikern mit fundiertem Wissen zu Automaten- und Kaffeesystemen entwickelt werden. Dies schafft neue berufliche Perspektiven und hilft gleichzeitig, den akuten Fachkräftemangel nachhaltig zu entschärfen.
2. **Digitalisierung und Daten:** Telemetrie, KI-gestützte Analysen und Predictive Maintenance sind keine Zukunftsthemen mehr, sondern entscheiden heute über die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens. Wer hier nicht investiert, wird abgehängt.
3. **Nachhaltigkeit:** Der Druck wächst – von Kunden, von Auftraggebern und von der Politik. Energieeffiziente Geräte, optimierte Routen und nachhaltige Verpackungen sind keine Nice-to-haves mehr, sondern Anforderungen, die in Ausschreibungen stehen.

2) Die Investitionsbereitschaft ist selektiver geworden. Operator schauen genauer hin, wo sich Investitionen wirklich rechnen. Das Gießkannenprinzip funktioniert nicht mehr.

Das meiste Potenzial sehe ich in drei Bereichen:

1. **Premium-Kaffee und Frische**. Automaten mit ganzen Bohnen, Frischmilch-Modulen und erweiterten Frischesortimenten sind gefragt. Kunden sind bereit, für Qualität mehr zu bezahlen – aber dann muss die Qualität auch stimmen.
2. **Micro-Markets und Smart-Fridges.** Dieser Bereich wächst kontinuierlich. Für viele Unternehmen sind sie die ideale Lösung: Sie sind flexibel, skalierbar und es fällt kein Personalbedarf an. Hier fließt Geld. Dieser Bereich wächst kontinuierlich und entwickelt sich für viele Unternehmen zur idealen Lösung: Er ist flexibel, skalierbar und es fällt kein zusätzlicher Personalbedarf an. Dabei ist wichtig zu betonen, dass es längst nicht mehr nur um das Gerät selbst geht, sondern um das dahinterliegende ganzheitliche Versorgungskonzept.
3. **Telemetrie und Backend-Systeme.** Die unsichtbaren Investitionen – Software, Datenplattformen, vernetzte Geräte. Weniger glamourös als ein neuer Automat, aber oft mit besserem ROI.

Zurückhaltender sind Operator bei reinen Kapazitätserweiterungen. Neue Standorte ja, aber nur, wenn die Wirtschaftlichkeit stimmt. Die Zeit der Expansion um jeden Preis ist vorbei.

3) Technologisch sehe ich drei Entwicklungen, die in 2026 richtig Fahrt aufnehmen werden:

FRAGEN DES **MONATS**

01 Mit welchen Erwartungen blickt Ihr Verband auf das Jahr 2026? Welche übergeordneten Themen werden Ihrer Meinung nach im Fokus liegen?

02 Wie schätzen Sie die Investitionsbereitschaft der Branche für 2026 ein? In welche Segmente erwarten Sie das meiste Potenzial?

03 Welche technologischen oder organisatorischen Innovationen könnten 2026 die größte Rolle spielen?

04 Was wünschen Sie sich für die Branche im neuen Jahr – und was sollte sich verändern, damit 2026 ein erfolgreiches Jahr wird?

05 Inwiefern ist das Thema „nachhaltige Standortversorgung“ (Energieeffizienz, Tourenplanung, CO_2-Reduktion) in der Branche angekommen? Welche Unterstützung wünschen Sie sich von der Politik für die Branche hinsichtlich Nachhaltigkeit?

VR DACH 01-2026.indd 28 18.12.2025 09:59:20

1. **KI-gestützte Bestandsoptimierung:** Algorithmen, die nicht nur melden, wann ein Automat leer ist, sondern auch voraussagen, was wann nachgefüllt werden muss – abgestimmt auf Wochentag, Wetter und Saison. Das spart Fahrten und reduziert Schwund.
2. **Predictive Maintenance:** Sensoren erkennen, wenn ein Kompressor unrund läuft oder ein Münzprüfer Probleme macht, noch bevor der Automat ausfällt. Der Techniker kommt, bevor sich der Kunde beschwert.
3. **Flexible Bezahlsysteme:** Die Vielfalt der Zahlungswege wächst. Kartenzahlung, Mobile Payment, geschlossene Systeme für Betriebskantinen – Operator brauchen Lösungen, die alles abdecken, ohne zu komplex zu werden.

Und nicht zu vergessen: Weiterbildung. Unsere Technik wird immer komplexer. Ohne qualifiziertes Personal können selbst die besten Geräte nicht vernünftig betrieben werden. Daher bauen wir unser Schulungsangebot weiter aus.

4) Ich wünsche mir, dass die Branche ihren positiven Schwung aus dem Jahr 2025 mitnimmt und weiterhin in Qualität und Innovation investiert.

Konkret sehe ich drei Chancen für 2026:

- **Neue Standorte erschließen.** E-Ladeparks, Co-Working-Spaces, Fitnessstudios, Direktvermarkter – hier entstehen gerade spannende Möglichkeiten. Einige unserer Mitglieder sind bereits erfolgreich in diesen Bereichen tätig und zeigen, was möglich ist.
- **Gemeinsam stärker werden.** Bei Themen wie Nachhaltigkeit, Fachkräftegewinnung oder politischer Interessenvertretung erreichen wir mehr, wenn wir als Branche zusammenstehen. Der BDV intensiviert deshalb den Austausch zwischen Operatorn, Herstellern und Zulieferern.
- **Die Leistung der Branche sichtbarer machen.** Zwölf Millionen Transaktionen täglich, Versorgung rund um die Uhr, systemrelevante Infrastruktur – das verdient mehr Aufmerksamkeit. Hier arbeiten wir als Verband verstärkt daran, unsere Branche in Politik und Öffentlichkeit besser zu positionieren.

Was sich außerdem verändern sollte? Die Rahmenbedingungen. Bürokratie, steigende Energiekosten und eine unklare Regulierung bei neuen Produktkategorien bremsen Investitionen und Innovationen. Hier erwarten wir von der Politik mehr Augenmaß und praxistaugliche Lösungen.

5) Das Thema ist angekommen. Aus unserer Sicht tut sich in drei Bereichen besonders viel:

- **Energieeffizienz:** Moderne Automaten verbrauchen deutlich weniger Strom als Geräte von vor zehn Jahren. Der Austausch alter Flotten ist im Gange, aber das kostet.
- **Tourenoptimierung:** Mithilfe von Telemetriedaten können Routen optimiert werden. Weniger Fahrten bedeuten weniger Sprit, weniger CO_2 und niedrigere Kosten. Hier zahlt sich die Digitalisierung doppelt aus.
- **Verpackungen und Mehrweg:** Einwegbecher stehen unter Druck. Zwar experimentieren viele Operator mit Mehrweglösungen, doch die Infrastruktur ist noch lückenhaft und die Kosten sind hoch.

Was wir uns von der Politik wünschen:

- **Förderprogramme für den Gerätetausch.** Wer alte Energiefresser durch effiziente Neugeräte ersetzt, sollte dabei unterstützt werden – so, wie es in anderen Branchen längst üblich ist.
- **Planungssicherheit bei Regulierung.** Ob Verpackungsgesetz, Energieeffizienzstandards oder Pfandregelungen: Wir brauchen klare, verlässliche Rahmenbedingungen statt Schnellschüsse.
- **Anerkennung unserer Rolle**. Vending entlastet die Infrastruktur, reduziert individuelle Fahrten zum Supermarkt und ermöglicht die Versorgung auch an abgelegenen Standorten. Das sollte die Politik bei ihren Entscheidungen berücksichtigen.

AUSTRIA, OVV

Peter Schmidt, OVV

1) Das Jahr 2026 wird voraussichtlich geprägt sein von einer weiteren Professionalisierung der Operator, dem Einsatz moderner Technologien, einer stärkeren Fokussierung auf Nachhaltigkeit, der Entwicklung smarter Verpflegungskonzepte sowie dem zunehmenden Einsatz von KI-gestützter Telemetrie.

2) Premiumisierung ist auch ein großes Thema der Branche. Der Kunde erwartet auch am Automaten ein kleines, persönliches Shopping-Erlebnis. Eine größere und saisonal wechselnde Sortimentsauswahl sowie Frischprodukte unterstützen diesen Wunsch. Auch wenn dies einen höheren organisatorischen und möglicherweise auch logistischen Aufwand bedeutet, lässt sich dadurch ein höherer Umsatz pro Standort erzielen. Der Einsatz von Telemetrie macht diesen Ansatz planbarer, und Cashless-Payment fördert Impulskäufe.

3) Anstatt sich ausschließlich auf die Anzahl der Geräte zu konzentrieren, werden Effizienz und Servicequalität unserer Ansicht nach künftig eine noch größere Bedeutung erlangen. Durch den Einsatz von Nachfrageprognosen, die auf Umsatzdaten basieren, lassen sich Touren besser planen und das Sortiment gezielt optimieren. Dies reduziert Leerfahrten und Ausfälle, erleichtert die Identifikation von umsatzschwachen oder kostenintensiven Standorten und trägt gleichzeitig dazu bei, die Kundenzufriedenheit nachhaltig zu steigern. Auf diese Weise werden operative Abläufe effizienter gestaltet und das Potenzial jedes Standorts ausgeschöpft.

4) Wir wünschen uns mehrere Dinge für das Jahr 2026, darunter:

- Mut zur Innovation
- Technologien für Umsatz- und Service-Mehrwert verwenden
- Starke Partnerschaften
- Faire und transparente Zusammenarbeit
- Nachhaltig Wertschöpfung für Geräte, Produkte und Logistik

5) LED-Beleuchtung, effiziente Kühlung, Schlafmodus – zumindest bei Neuanschaffungen lässt sich Nachhaltigkeit einfach umsetzen, was bei älteren Bestandsgeräten oft schwierig ist. Dennoch möchte die Vending-Branche nachhaltig handeln. Um dies realistisch umzusetzen, sind Investitionsanreize, Förderungen und praxisnahe Verordnungen erforderlich, die auch kleine Unternehmen nicht überfordern. Nur so kann Nachhaltigkeit von einer Idee zum Standard werden.

VR DACH 01-2026.indd 29 18.12.2025 09:59:20

SWITZERLAND, VCAS.

Hanspeter Mohler, VCAS

1) Wir werden im nächsten Jahr verstärkt in die Imagepflege der Branche investieren. Die Vending-Branche hat in der Vergangenheit oft mit veralteten Klischees zu kämpfen gehabt.

- **Veraltete Klischees abbauen:** Viele Konsumenten denken bei *„Vending"* noch immer an alte, unzuverlässige Automaten mit minderwertigen Produkten. Modernes Vending bietet jedoch High-Tech-Geräte mit Touchscreens, Barista-Qualität beim Kaffee und vielfältige, gesündere Produktoptionen in hochwertiger Qualität.
- **High-Tech & Barista-Qualität:** Präsentation moderner Automaten mit Touchscreens, vielfältigen Zahlungsmöglichkeiten (kontaktlos, mobil) und hochwertigen Kaffeeoptionen.
- **Technologische Innovation:** *„Smart Vending"* bietet eine 24/7 verfügbare, logistisch ausgeklügelte und professionell gewartete Lösung, die präzise Daten für die Logistik liefert.
- **Ort der Begegnung:** Betonung der sozialen Komponente – die Kaffeepause am Automaten ist mehr als nur Konsum; sie ist ein sozialer Ankerpunkt im Arbeitsalltag. Dies macht die Dienstleistung menschlicher und relevanter für die moderne Arbeitsplatzkultur.

Eine verstärkte Fokussierung in der Imagepflege positioniert die Branche erfolgreich als modernen, technologieaffinen und serviceorientierten Partner für die Verpflegung. Die Imagepflege wird nicht nur Vorurteile abbauen, sondern auch neue Geschäftsmöglichkeiten für die Mitglieder eröffnen.

2) Die Branche zeigt sich für das Jahr 2026 grundsätzlich investitionsbereit, fokussiert sich dabei jedoch auf Technologien zur Steigerung der Betriebseffizienz und zur Erfüllung neuer Kundenbedürfnisse. Ein entscheidender Faktor für Investitionen – insbesondere in neue Geräte oder Systemumstellungen – ist eine stabile Schweizer Wirtschaftsentwicklung.

Die Segmente mit dem grössten Potential sind:

- **Smart Vending:** Die Vernetzung von Automaten ist keine Modeerscheinung mehr, sondern eine Notwendigkeit. Sie ermöglicht eine optimierte Routenplanung, vorausschauende Wartung und eine bessere Datenanalyse, wodurch sich direkt Kosten einsparen lassen.
- **Technologien:** Die Nachrüstung und Integration von kontaktlosen und mobilen Bezahllösungen bleibt ein zentraler Investitionsbereich. Das wachsende Umweltbewusstsein von Unternehmen und Endkunden macht Investitionen in energieeffiziente Geräte notwendig.
- **Hochwertiger Kaffeeservice:** Dieser Bereich unterscheidet sich stark von der *„traditionellen"* Vending-Wahrnehmung. Die Investition in Barista-Qualität und hochwertige Bohnen ist ein zentraler Punkt der Imagepflege und der Positionierung als Premium-Dienstleister.

3) Im Jahr 2026 werden Innovationen, die Effizienz, Personalisierung und Nachhaltigkeit miteinander verbinden, die größte Rolle für die Vending- und Coffeeservice-Branche spielen.

Durch die Analyse von Daten bei *„Smart Vending"*-Automaten kann vorhergesagt werden, wann eine Störung auftritt, bevor sie geschieht. Dadurch werden Ausfallzeiten minimiert und der Wartungseinsatz optimiert. Eine präzise Bedarfsprognose, die auf Konsummustern und Wetterdaten basiert, ermöglicht eine effiziente Befüllung und reduziert Produktverschwendung. Unternehmen werden ihre Prozesse anpassen, um Daten zu Energieverbrauch, Abfallaufkommen und nachhaltiger Beschaffung transparent zu machen.

4) Schweizer Operator wünschen sich für das Jahr 2026 eine verstärkte Rückkehr der Konsumenten an den Arbeitsplatz. Dies ist die Grundlage für ihr Kerngeschäft in Büros und Firmen. Eine stärkere Präsenz der Mitarbeitenden am Arbeitsplatz würde die Auslastung der Automaten und somit deren Rentabilität sichern.

In den vergangenen Jahren haben die Vending-Firmen intensiv daran gearbeitet, ihr Angebot zu modernisieren. Dazu gehören gesündere Optionen, frischere Produkte und eine höhere Qualität, insbesondere im Kaffeesegment. Die Branche hofft, dass diese Bemühungen von den Konsumenten wahrgenommen und geschätzt werden. Die Branche muss sich an sich ändernde gesellschaftliche Trends anpassen, beispielsweise an die steigende Nachfrage nach gesünderen Optionen oder die Akzeptanz neuer Technologien.

Die Vending-Branche, vertreten durch Organisationen wie die VCAS (Vending & Coffeeservice Association Switzerland), arbeitet daran, die Automatenversorgung als integralen, modernen Bestandteil der Betriebsverpflegung zu etablieren.

5) Das Thema *„nachhaltige Standortversorgung"* ist in der Schweizer Vending-Branche nicht nur angekommen, sondern wird aktiv vorangetrieben. Viele Unternehmen sehen Nachhaltigkeit als wesentlichen Wettbewerbsfaktor und reagieren damit auf die steigenden Erwartungen von Konsumenten und Geschäftskunden.

Neue Automatengenerationen sind deutlich energieeffizienter und oft mit moderner Isolierung, LED-Beleuchtung sowie intelligenten Standby-Modi ausgestattet. Die Optimierung von Routen ist ein wesentlicher Hebel zur CO_2-Reduktion.

Die Operatoren wünschen sich von der Schweizer Politik vor allem pragmatische Rahmenbedingungen, Anreize statt Verbote und eine Vereinfachung von Vorschriften.

ITALY, CONFIDA

Pio Lunel, Confida

1) Bis 2026 erwarten wir eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Sektors in den Bereichen Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Zentrale Themen werden dabei die Energieeffizienz der Automaten, ein intelligentes Datenmanagement und die Qualität des Verbrauchererlebnisses sein. Vending wandelt sich von einem einfachen Distributionspunkt zu einem echten Servicekanal, der hochwertige und leicht erhältliche Produkte anbieten kann, die

VR DACH 01-2026.indd 30 18.12.2025 09:59:21

den neuen Ernährungsgewohnheiten entsprechen.

2) Nach einigen herausfordernden Jahren zeigen die Unternehmen der Branche wieder mehr Zuversicht. Die Investitionen werden sich auf digitale Technologien, fortschrittliche Zahlungssysteme und vernetzte Automaten, aber auch auf neue Produktlinien und Nachhaltigkeitsprojekte konzentrieren. Ein großes Potenzial liegt in der Verbindung von Daten, Logistik und Verbraucherpräferenzen, um ein effizienteres und stärker personalisiertes Angebot zu schaffen.

3) Zu den vielversprechendsten Innovationen zählen prädiktive, datengestützte Systeme sowie der Einsatz von künstlicher Intelligenz zur effizienteren Steuerung von Bestückung und Wartung. Gleichzeitig gewinnen kundenorientierte Technologien an Bedeutung – von intuitiven Apps über erweiterte, reibungslose Zahlungslösungen bis hin zu Tools, die personalisierte Angebote ermöglichen. Gemeinsam tragen diese Entwicklungen dazu bei, operative Abläufe zu optimieren, Kosten zu senken und das Nutzererlebnis spürbar zu verbessern.

4) Die Hoffnung besteht darin, dass 2026 eine Phase der Reife für den Sektor einleitet: moderner, nachhaltiger und stärker an den tatsächlichen Bedürfnissen der Menschen orientiert. Dafür sind weiterhin Investitionen in Ausbildung, Innovation und Kommunikation notwendig, um das Bewusstsein für den Wert von Vending als hochwertigen Service zu stärken. Ebenso wichtig ist es, die Vielfalt des Lebensmittelkonsums zu fördern, die heute zu den dynamischsten Wachstumstreibern zählt.

5) Nachhaltigkeit wird für die Branche zunehmend zentral, wie die von Confida unter ihren Mitgliedern durchgeführte Befragung für den zweiten Nachhaltigkeitsbericht zeigt. Der Bericht enthält auch eine Analyse der CO_2-Bilanzen der Operator und verdeutlicht, dass ein großer Teil der Umweltbelastung aus den Nachfüllaktivitäten und dem Energieverbrauch der Fahrzeuge resultiert. Viele Unternehmen sind bereits auf beiden Ebenen aktiv: Sie optimieren ihre Routen, erneuern schrittweise ihre Flotten und führen energieeffizientere Automaten ein. Um diesen Wandel zu beschleunigen, wäre gezielte Unterstützung durch staatliche Stellen hilfreich, beispielsweise in Form von Anreizen für emissionsarme Fahrzeugflotten und den Umstieg auf effizientere Modelle.

UK, AVA.

David Llewellyn, AVA

1) Wir erwarten, dass das Jahr 2026 von drei zentralen Themen geprägt sein wird: Technologie, Nachhaltigkeit und Diversifizierung. Die Branche bewegt sich schnell in Richtung smarterer und umweltfreundlicherer Betriebsmodelle und bereitet sich gleichzeitig auf neue Vorschriften zu Recycling und Verpackung vor. Parallel dazu werden wir weiterhin mit der Regierung zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass neue Regelungen für Unternehmen und Verbraucher gleichermaßen fair und praktikabel sind.

2) Trotz der Herausforderungen des Jahres 2025 bleibt die Zuversicht in der Branche hoch. Es wird erwartet, dass viele Operator auch weiterhin in energieeffiziente Automaten, datengestützte Systeme sowie neue Micro-Markt- und Smart-Fridge-Standorte investieren werden. Laut dem *„AVA Census & Market Report 2024"* stieg die Zahl der Micro Markets im Jahr 2024 um 11 % auf 730 Standorte, gegenüber 660 im Jahr 2023. Zudem besteht großes Interesse an Geräten, die das Recycling über Pfandrücknahmesysteme (DRS) unterstützen, sowie an digitalen Zahlungslösungen.

3) Zu den technologischen und organisatorischen Innovationen, die im Jahr 2026 wahrscheinlich eine wichtige Rolle spielen werden, gehören künstliche Intelligenz (KI) und intelligente Datensysteme. KI ist in Vending-Management-Systemen (VMS) jedoch noch nicht fest verankert. VMS unterstützt Betreiber bereits heute dabei, Routen zu planen, die Nachfrage vorherzusagen und Wartungsprobleme frühzeitig zu erkennen. Doch viele nutzen das System nicht in seinem vollen Potenzial – es könnte wesentlich mehr zur Unternehmenssteuerung beitragen.

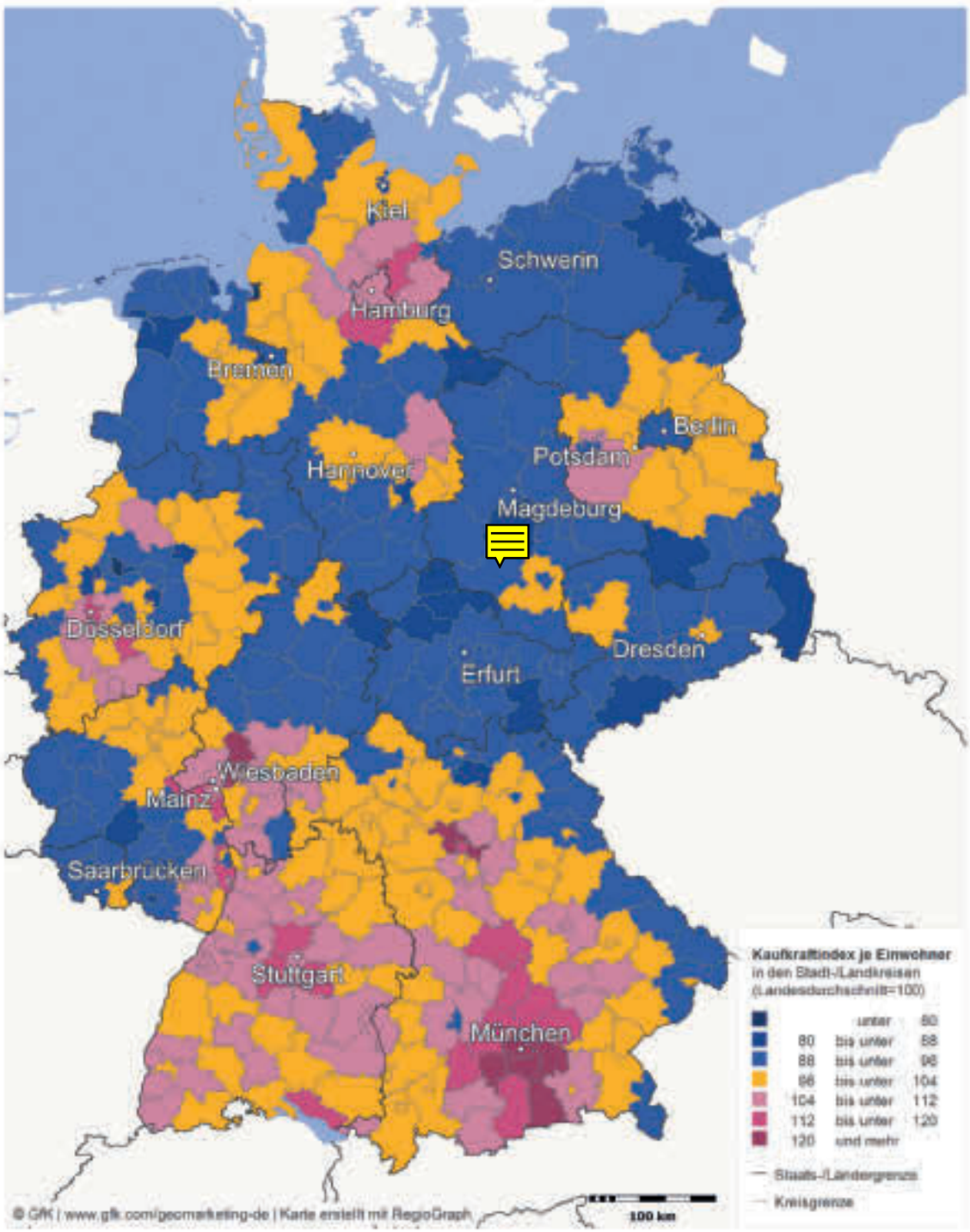
Auf organisatorischer Ebene wird eine engere Zusammenarbeit zwischen Lieferanten, Operatorn und Standortpartnern entscheidend sein, um Daten leichter auszutauschen, Abfall zu reduzieren und gemeinsame Nachhaltigkeitsziele zu verfolgen.

4) Wir hoffen, dass sich Automated Retail weiterhin zu einem vertrauenswürdigen und nachhaltigen Bestandteil des Alltags entwickelt. Dafür sind stabile, unterstützende Rahmenbedingungen sowie die Anerkennung des Vendings als sichere und zugängliche Dienstleistung notwendig. Aktuelle Regelungen, wie geplante Verbote für Energy-Drinks für unter 16-Jährige oder HFSS-Bestimmungen, beeinflussen direkt, welche Produkte Betreiber anbieten können und wie sie ihre Automaten verwalten. Die Branche verpflichtet sich zu verantwortungsvollem Handeln. Plötzliche oder unklare Änderungen schaffen jedoch Herausforderungen und zusätzliche Kosten. Wir wünschen uns eine engere Zusammenarbeit der Regierung mit dem Sektor, klarere Richtlinien und ausreichend Zeit zur Umsetzung, damit Betreiber weiterhin bequeme und nachhaltige Dienstleistungen im gesamten Vereinigten Königreich anbieten können

5) Viele AVA-Mitglieder arbeiten bereits intensiv daran, ihre Umweltwirkung zu reduzieren, beispielsweise durch energieeffizientere Automaten, optimierte Routenplanung und Abfallvermeidung. Um weitere Fortschritte zu ermöglichen, wünschen wir uns politische Unterstützung in Form von Anreizen für umweltfreundlichere Technologien und faire Recyclingsysteme. Dies würde dem Sektor dabei helfen, auf den bereits erzielten Nachhaltigkeitserfolgen aufzubauen. Obwohl die pEPR-Gebühren der Regierung Kunststoff derzeit zur günstigeren Option für Betreiber machen, entscheiden sich viele bewusst für nachhaltigere Verpackungen. Dieses Engagement zeigt sich auch in der Rolle der AVA als Gründungsmitglied der neu gegründeten *„Alliance for Fibre-Based Packaging"*. In dieser Allianz haben sich Organisationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette faserbasierter Verpackungen zusammengeschlossen, um die Entwicklung fairer und effektiver Abfall- und Recyclingpolitik im Vereinigten Königreich zu unterstützen. Ziel ist es, sicherzustellen, dass faserbasierte und faserverbundene Verpackungen im britischen Recyclingsystem angemessen berücksichtigt werden und Regelungen wie EPR und Simpler Recycling faire Wettbewerbsbedingungen für nachhaltigere Materialien schaffen.

VR DACH 01-2026.indd 31 18.12.2025 09:59:21

GfK Kaufkraft Deutschland 2025



VR DACH 01-2026.indd 32 18.12.2025 09:59:23

EUROPEAN
VENDING & COFFEE
SERVICE ASSOCIATION

-Anzeige-

DIE NEUE GENERATION **KOMPAKTER WASSERSPENDER**

MIT SEINER NEU LANCIERTEN MARKE ***„BUTLER'S BUDDY"*** SPRICHT SCS-TEC AUS WACKERSDORF NUN GEZIELT OPERATOR AN, DIE SICH **PROFESSIONELLE TECHNIK** IN **KOMPAKTER UND WIRTSCHAFTLICHER FORM** WÜNSCHEN. BUTLER'S BUDDY VERKÖRPERT **BESTE PRÄZISION UND QUALITÄT** ZU EINEM ATTRAKTIVEN PREIS UND ERÖFFNET DAMIT NEUE MÖGLICHKEITEN IM **EASY-ENTRY-SEGMENT**.

VR DACH 01-2026.indd 34 18.12.2025 09:59:27

-Anzeige-

IEN

UDDY

In Zeiten wachsender Anforderungen an Nachhaltigkeit, Hygiene und Nutzerfreundlichkeit steigt die Nachfrage nach leistungsfähigen und wartungsarmen Wasserspendern. Davon profitieren sowohl der Office- und Hospitality-Bereich als auch kleinere Betriebe und öffentliche Einrichtungen. Der BB-30 ist das erste Gerät der neuen Butler's Buddy-Linie. Er richtet sich insbesondere an kleinere Betriebe, Büros oder Einrichtungen mit begrenztem Platzangebot und moderatem Budget. Doch trotz der kompakten Bauweise steht eines fest: SCS-TEC macht bei der Materialauswahl, der Technik und der Verarbeitung keinerlei Kompromisse, denn Qualität steht für das Unternehmen an erster Stelle.

Kernmerkmale des BB-30:

- Vier Wassersorten (still, medium, spritzig und ungekühlt), die sich komfortabel über die Touch-Bedienung wählen lassen
- Präzise Portionierung: maximale Kontrolle und minimale Verschwendung
- Edelstahl-Gehäuse mit hochwertigem Finish – robust, langlebig und optisch klar strukturiert
- Benutzerfreundliches Interface: intuitive Bedienung, modernes Design, horizontale oder vertikale Aufstellung möglich
- Einstiegsfreundlicher Preis – ohne Abstriche bei Technik und Hygiene

Wie SCS-TEC selbst betont, bringt der BB-30 „*die Qualität und Zuverlässigkeit unserer bewährten Aqua-Butler-Serie in ein kompaktes, zugängliches Format*". Damit eröffnet Butler's Buddy kleinen und mittelgroßen Betrieben erstmals die Möglichkeit, eine professionelle Wasserversorgung zu implementieren, die zuvor großen Hotel-, Gastro- oder Bürostandorten vorbehalten war. „*Mit unserer neuen Marke Butler's Buddy erschließen wir für die SCS-TEC ein neues Marktsegment. Der BB-30 bringt unsere bewährte Qualität in ein Format, das ideal für kleinere Betriebe und Büros ist*", so der geschäftsführende Gesellschafter Daniel Blechschmidt.

Bei der Neuentwicklung wurde nicht nur auf Technik, sondern auch auf Alltagstauglichkeit geachtet: Einfacher Anschluss, geringer Platzbedarf und unkomplizierte Bedienung machen den BB-30 zu einem alltagstauglichen Buddy (Begleiter).

Qualität, Ingenieurskunst und Service aus Wackersdorf

Das Unternehmen SCS-TEC wurde 2012 gegründet und hat sich seither auf

Mit dem Butler's Buddy BB-30 bringt SCS-TEC ein Gerät auf den Markt, das die Brücke schlägt zwischen professioneller Wassertechnik und kompakter, budgetfreundlicher Ausführung. Obwohl der Wasserspender bewusst für den „*Easy-Entry*"-Bereich konzipiert wurde, zeigt sich das Gerät in einer Qualität, die klar an die traditionsreiche Aqua-Butler-Serie des Unternehmens anknüpft. Die Bedienoberfläche ist intuitiv gestaltet und ermöglicht eine schnelle Auswahl der gewünschten Wassersorte – ob still, medium, spritzig oder ungekühlt.

VR DACH 01-2026.indd 35 18.12.2025 09:59:30

-Anzeige-

die Entwicklung und Fertigung leitungsgebundener Wasserspender spezialisiert.

Der Firmensitz in Wackersdorf steht dabei nicht nur administrativ im Zentrum, sondern ist Herzstück der gesamten Wertschöpfungskette: Von der Konstruktion über die Fertigung bis zur Qualitätsprüfung erfolgen sämtliche Schritte im eigenen Haus. Dieser hohe Eigenanteil ermöglicht es SCS-TEC, seine Geräte konsequent nach strengen deutschen Qualitätsmaßstäben zu entwickeln und herzustellen. Für die Operator bedeutet das vor allem zwei Dinge: eine hohe Betriebssicherheit sowie eine signifikant überdurchschnittliche Lebensdauer der Geräte. Ergänzt wird dieser Fertigungsanspruch durch eine in den vergangenen Jahren verstärkte Serviceausrichtung. Mit dem neu geschaffenen Standort in Berlin wurden Reaktionszeiten verbessert und die Kundennähe nochmals erhöht. Serviceleiter Guido Gürntke betont, dass technische Unterstützung, Schulung und persönliche Beratung als Bestandteil der Produktqualität verstanden werden: „*Wir begleiten unsere Kunden nicht nur bei der Installation, sondern über den gesamten Lebenszyklus ihrer Geräte. Das ist für uns gelebter Service.*“ Damit unterstreicht SCS-TEC sein Selbstverständnis als Partner für Operator, Händler und Dienstleister, die professionelle und zugleich langlebige Systeme benötigen.

Resonanz auf der Vendtra 2025

Die Vorstellung des Butler’s Buddy BB-30 auf der Vendtra 2025 in München markierte einen bedeutenden Meilenstein für SCS-TEC. Trotz des bewusst klein gehaltenen Messeauftritts zog die neue Marke samt erstem Produkt ein bemerkenswert hohes Interesse bei Operatorn, Fachbesuchern und Entscheidern auf sich. Der hochwertig verarbeitete BB-30 überzeugte viele Besucher angesichts seiner attraktiven Preisgestaltung. Die starke Resonanz bestätigte für SCS-TEC die Marktrelevanz ihres neuen, kompakten Wasserspenders, der strenge Qualitätsrichtlinien mit einer bewusst kompakten Konstruktion kombiniert. Die Messe bot zudem eine Plattform für Gespräche über technische Anforderungen, neue Hygienestandards und die Rolle leitungsgebundener Systeme in modernisierten Büroarchitekturen.

Bedeutung für die Vending-Branche

Für die Vending-Branche gewinnt der Butler’s Buddy BB-30 aus mehreren Gründen an Bedeutung. Operator können das Gerät flexibel als Ergänzung klassischer Automatenlandschaften einsetzen und damit ihr Angebot im Bereich der nachhaltigen Trinkwasserversorgung erweitern. Das kompakte Format erleichtert die Integration an kleinen Standorten. Hinzu kommt, dass der BB-30 neue Geschäftsfelder erschließt: Vom Coworking-Space über die Arztpraxis bis zum Handwerksbetrieb entstehen Einsatzorte, die bisher kaum für leitungsgebundene Wasserspender zugänglich waren. SCS-TEC schafft mit seinem Service- und Schulungsangebot darüber hinaus ein partnerschaftliches Umfeld, das insbesondere für langfristige Vending- und Betriebskonzepte attraktiv ist.

Der Buddy setzt ein Zeichen

Mit Butler’s Buddy und insbesondere dem BB-30 setzt SCS-TEC ein klares Zeichen im Hinblick auf Innovation und Zielgruppenerweiterung. Der neue Wasserspender verbindet kompakte Abmessungen mit professioneller Technik und hygienischem Anspruch – und positioniert sich damit als idealer Einstieg in die leitungsgebundene Wasserversorgung. Operatoren, Händlern und Unternehmen bietet die Serie eine gleichermaßen zuverlässige wie wirtschaftliche Lösung, die den aktuellen Anforderungen an Nachhaltigkeit, Langlebigkeit und Bedienkomfort gerecht wird. Gleichzeitig unterstreicht SCS-TEC mit seiner Fertigung in Deutschland und dem ausgebauten Serviceangebot seinen Anspruch, langfristige Partnerschaften zu schaffen und die Wasserspenderbranche nachhaltig zu prägen.

Weitere Informationen unter:
SCS-TEC KG
Tel. +49 (0) 9431 88348-0
info@scs-tec.de | www.scstec.de

VR DACH 01-2026.indd 36 18.12.2025 09:59:34

-Anzeige-

WIR WOLLTEN EINE LÖSUNG SCHAFFEN, DIE **PROFESSIONELLE WASSERTECHNIK** AUCH FÜR **KLEINERE STANDORTE** ERSCHWINGLICH UND SINNVOLL MACHT. **DER KOMPAKTE BB-30** SCHLIESST DIE LÜCKE ZU PREMIUMSYSTEMEN. DIE RÜCKMELDUNGEN SIND **DURCHWEG POSITIV**. VOR ALLEM DIE **VERARBEITUNGSQUALITÄT** UND DIE **INTUITIVE BEDIENUNG** WERDEN GELOBT.

Robert Büttner,
Leitung Vertrieb SCS-TEC

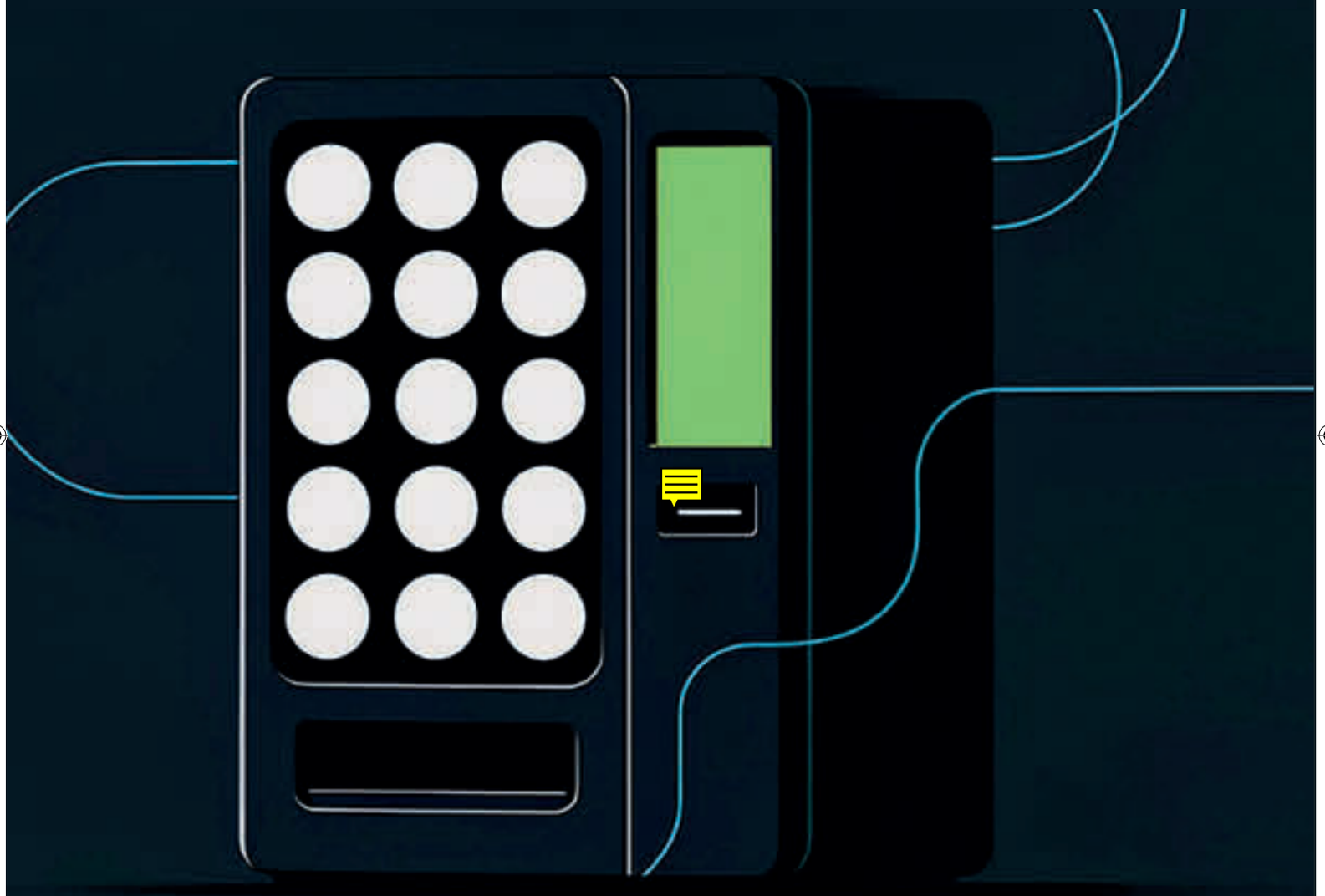
VR DACH 01-2026.indd 37 18.12.2025 09:59:36

REVIEW PREVIEW

1. Wie beurteilen Sie allgemein die wirtschaftliche Entwicklung der Branche 2025?
2. Welche Segmente wuchsen an, welche nicht? Welche Gründe hat das Ihrer Meinung nach?
3. Welche Trends haben sich 2025 neu entwickelt? Inwiefern werden diese Ihrer Meinung nach wachsen?
4. Welche Entwicklung erwarten Sie für 2026 im Allgemeinen?
5. Table-Top vs Tower - Wo sehen Sie mehr Entwicklungspotential und warum?
6. Indoor vs Outdoor: Bei welcher Kategorie sehen Sie mehr Marktchancen?
7. Welche Zahlungssysteme und Paymentlösungen würden Sie als Standardausstattung heutzutage fokussieren?
8. Welche Bedeutung hat Telemetrie für die Branche derzeit? Worauf sollte man beim Einsatz achten?
9. Wie empfanden Sie die Vendtra 2025, was waren Ihre persönlichen Highlights?
10. Freuen Sie sich schon auf die Vendtra 2026? Haben Sie Ihren Messebesuch bereits geplant?
11. Bei welchen Themen wünschen Sie sich mehr Unterstützung von der Lobby, Verbände? National und europaweit?

VR DACH 01-2026.indd 38 18.12.2025 09:59:49

2025



2026

VR DACH 01-2026.indd 39 18.12.2025 10:00:00

REVIEW PREVIEW

Hans-Detlef Wieben, Schoppe & Schultz / Uelzena

Hans-Detlef Wieben, Schoppe & Schultz

1. Die insgesamt schwierige wirtschaftliche Lage und die stark gestiegenen Rohstoffpreise, vor allem bei Kaffee und Kakao, haben die Branche im vergangenen Jahr erheblich unter Druck gesetzt. Deshalb bewerten wir die wirtschaftliche Entwicklung eher kritisch.

2. Der OCS-Bereich zeigt sich relativ stabil, während wir im Industrie-Operating einen leicht negativen Trend verzeichnen. Die Ursachen dafür sind vielfältig; im Industrie-Vending hängt der Rückgang jedoch vor allem mit dem Abbau von Mitarbeitern zusammen. Positiv hervorzuheben ist dagegen der Export, bei dem wir ein leichtes und erfreuliches Wachstum erzielen konnten.

3. Coffee-to-go, besondere Teesorten und Gesundheitsprodukte z.B. mit Protein zählen zwar einerseits zu den gefragten Artikeln. Allerdings bieten Automaten nur eine begrenzte Anzahl an Produktbehältern – sodass man zwangsläufig eine Auswahl treffen und Schwerpunkte setzen muss.

4. Da die Rohstoffpreise wieder etwas nachgeben und sich die wirtschaftliche Lage 2026 voraussichtlich verbessert, gehen wir von einem leichten Aufwärtstrend aus.

5. Table-Top-Geräte werden weiterhin an Bedeutung gewinnen, da sich große Maschinen für viele neu gegründete kleine Unternehmen wirtschaftlich nicht lohnen.

6. Aufgrund der Wetterverhältnisse und der deutschen behördlichen Auflagen tendiere ich eindeutig zu Indoor-Automaten.

7. Ich tendiere in jedem Fall zu bargeldlosen Zahlungssystemen für Automaten.

8. Telemetrie ist derzeit besonders wichtig, da sie schnellere Automatenmeldungen ermöglicht und den Personaleinsatz reduziert. Dabei sollte auf bewährte und zuverlässige Systeme gesetzt werden.

9. Die Vendtra 2025 war wieder eine gelungene Gelegenheit zum Netzwerken und Präsentieren. Die neue große Messehalle hat einen positiven Eindruck gemacht, auch wenn sie nicht mehr Ausstellungsfläche geboten hat. Höhepunkt für uns war definitiv die Vorstellung unseres neuen Heißgetränks Pumpkin Spice.

10. Wir sind 2026 selbstverständlich wieder mit auf der Vendtra dabei.

11. Wir wünschen uns vor allem Unterstützung dabei, internationale Trends frühzeitig zu erkennen und diese an alle Verbände sowie Verbandsmitglieder weiterzugeben. Außerdem wäre die Organisation von Exkursionen zu Messen außerhalb Europas – etwa in den USA, Asien oder anderen Ländern sehr wertvoll.

John Willers, Comes Kaffeekontor

1. 2025 zeigt sich die Vending-Branche wirtschaftlich stabil und gleichzeitig in einem deutlichen Transformationsprozess. Wir sehen, dass hochwertige Heißgetränke und nachhaltige Produkte zunehmend an Bedeutung gewinnen und damit auch das Premiumsegment wächst. Konsumenten verlangen heute Genuss, Transparenz und verantwortungsvolle Herstellung – dadurch steigen sowohl die Ansprüche als auch die Zahlungsbereitschaft. Der Markt entwickelt sich in Richtung Qualität und Vielfalt, was für Anbieter wie uns eine große Chance bedeutet. Wer auf zertifizierte Qualität, zuverlässige Prozesse und eine enge Partnerschaft mit Operatoren setzt, kann von dieser Entwicklung profitieren.

2. Deutlich gewachsen sind 2025 die Bereiche Premiumkaffee, Milchtopping-Produkte sowie Bio- und Fairtrade-Sortimente. Der Grund dafür liegt im veränderten Konsumentenverhalten: Nachhaltigkeit, Geschmack und Vielfalt stehen stärker im Fokus. Stagnation sehen wir eher im reinen Convenience-Segment mit einfachen Heißgetränken, da diese den Erwartungen an Qualität oft nicht gerecht werden.

3. Neu hervorgetreten sind 2025 insbesondere Trends wie Premium-Milchpulverlösungen, besonders cremige Spezialitäten und ein verstärktes Interesse an nachhaltigen Bio- und Fairtrade-Optionen. Die Erwartungshaltung an Automatenprodukte hat sich klar verändert: Endkunden wollen Barista-Qualität auf Knopfdruck. Außerdem steigt der Wunsch nach transparenten, fairen Produktionsbedingungen.

4. 2026 rechne ich mit einer weiteren Professionalisierung der Branche. Qualitätsstandards werden wichtiger, und zertifizierte Prozesse – wie unser IFS Broker 3.2 – werden zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal. Außerdem wird das Segment der Milchmischgetränke weiter zulegen, da Cremigkeit, Geschmack und einfache Handhabung zentrale Verbraucherbedürfnisse blei-

VR DACH 01-2026.indd 40 18.12.2025 10:00:10

2025 2026

John Willers,
Comes Kaffeekontor

ben. Nachhaltigkeit wird 2026 kein Bonus mehr sein, sondern Standard. Gleichzeitig erwarte ich, dass sich umfassendere Partnerschaften zwischen Operatoren, Distributoren und Lieferanten etablieren, um effiziente, zukunftsfähige Lösungen zu entwickeln.

5. Beide Gerätekategorien haben ihre Berechtigung, aber das größere Entwicklungspotenzial sehe ich klar bei Tower-Lösungen. Tower bieten mehr Produktauswahl, eine höhere Kapazität und können komplexere Spezialitäten abbilden – ein entscheidender Vorteil in einer Zeit, in der Vielfalt und Qualität stark nachgefragt sind. Für Standorte mit hohem Durchsatz sind Tower die beste Option. Table-Top-Geräte bleiben dennoch wichtig, vor allem für Büros und kleinere Gastronomiebereiche. Insgesamt wächst aber der Anspruch an vollwertige Heißgetränkekonzepte, und hier spielen Tower ihre Stärken aus.

6. Die stärkeren Marktchancen sehe ich aktuell im Indoor-Bereich, insbesondere in Bürogebäuden, Kliniken, Universitäten und Produktionsstätten. Dort steigt die Nachfrage nach hochwertigen Heißgetränken in Premiumqualität besonders stark. Outdoor-Automaten bleiben wichtig, besonders in Verkehrslagen, doch hier stehen oft Robustheit und Grundversorgung im Vordergrund. Indoor-Standorte erlauben dagegen anspruchsvollere Sortimente, beispielsweise cremige Milchmischgetränke oder vielfältige Kaffeespezialitäten – genau die Produkte, die derzeit besonders wachsen.

9. Die Vendtra 2025 war ein großer Erfolg. Für uns war sie eine ideale Plattform, um unser Sortiment zu präsentieren. Die Resonanz auf unsere Premium-Milchpulver, Bio-Fairtrade-Produkte und die Klassiker war hervorragend. Besonders wertvoll war der direkte Austausch mit Operatorn und Distributoren, denn dort entstehen echte Marktimpulse. Mein persönliches Highlight war das Feedback vieler Partner, die unsere Qualitätsstrategie und Zertifizierungen als wegweisend für die Branche sehen.

10. Ja, ich freue mich bereits sehr auf die Vendtra 2026. Die Planung läuft bereits, denn wir nutzen die Messe bewusst zur Vorstellung neuer Produktentwicklungen und zum Austausch mit unseren Partnern. Die Vendtra ist für uns nicht nur ein Showroom, sondern ein zentraler Ort für Innovation und Branchendialog. 2026 wollen wir unseren Wachstumskurs weiter unterstreichen und einige spannende Neuheiten präsentieren – insbesondere im Bereich nachhaltiger Heißgetränkelösungen.

11. Ich wünsche mir von Verbänden und der Lobby mehr Unterstützung bei Themen wie Nachhaltigkeitsstandards, Lebensmitteltransparenz und einheitlichen Qualitätsrichtlinien in Europa. Die Branche braucht klare Leitplanken, die hochwertige Produkte fördern und faire Bedingungen schaffen – gerade im europäischen Kontext.

Günter Maas, Coges/Vendon

1. Die wirtschaftliche Entwicklung der Branche in Deutschland stagniert. Geprägt von sinkenden Aufträgen der Industrie aus dem In- und Ausland, hinterlassen weiter steigende Preise und der Fachkräftemangel ihre Schatten. Auch der Public-Vending Bereich, zunehmend besetzt durch die Jungen Wilden, hat unlängst an Fahrt verloren und ist für die meisten Akteure rückläufig.

2. Da die Umsätze der Operator insgesamt stagnieren, wächst der Bereich Public-Cashless weiter fröhlich vor sich her, um der Stagnation mit neuem Bezahlangeboten entgegenzuwirken. Gleiches verhält sich mit QR-Code Bezahlung. Gleichzeitig muss man aber auch einsehen, dass die Endkunden technologisch affiner und digitaler geworden sind. Hier wird also der Operator auch immer öfter zu seinem Glück gezwungen, wenn er freiwillig nichts unternimmt.

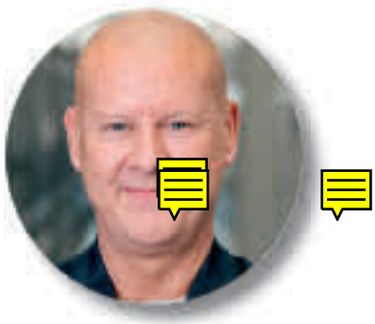
3. Ganz klar Cash. Eben weil keiner mehr über Cash spricht, müssen wir die Operator sensibilisieren, dass es alsbald eine Zeit nach den Investitionen von Public Cashless und Telemetrie geben wird. Dann nämlich sind auch durch Corona & Co die Bezahlsysteme (Scheinleser und Geldwechsler) im Durchschnitt gleich um mehrere Jahre gealtert. Dem begegnen wir in 2026 mit dem Launch eines neuen Geldwechslers.

4. Im Allgemeinen werden wir mehr Wettbewerb aus Fernost sehen. Wir werden ebenfalls noch mehr Operator sehen, die in die Überholung von Altautomaten investieren. Noch mehr Operator werden verkaufen. Die Vending-Organisationen gewinnen dadurch zum Glück noch mehr an Bedeutung.

5. In beiden Segmenten gibt es meiner Meinung noch immer wertvolles Entwicklungspotential im Vending-Sektor.

VR DACH 01-2026.indd 41 18.12.2025 10:00:19

REVIEW PREVIEW



Günter Maas,
Coges / Vendon

6. Das lässt sich pauschal so nicht sagen. Aber, Schuster, bleib´ bei Deinen Leisten. Denn, die Liquidität wird in den meisten Fällen nicht besser werden, wenn Sie neu aufsatteln und neues Personal für einen Schwenk fällt nicht vom Himmel. Daher, Fokus auf das, was man am besten kann. Egal dabei ob es Indoor oder Outdoor sein mag.

7. Standardausstattung heutzutage fokussieren? Die Frage ist aus meiner Sicht rhetorischer Natur. Akzeptieren Sie alles, womit Ihr Kunde bezahlen möchte. Aber auch hier gilt, das die Bezahlmethode „*common sense*“ für Sie und Ihre Kunden mit beinhalten sollte. Mit Kryptowährung-Akzeptanz am Automaten z.B. haben Sie aktuell mehr Kosten als ROI.

8. Die Telemetrie ist aktuell von unschätzbarem Wert und wird mit der Anwendung und Integration weiterer Applikationen sich auch in Zukunft immer mehr zur Aorta Ihres Unternehmertuns – und Daseins, entwickeln. Stellen Sie sich vor, dass Sie alle Schlösser und Schlüssel digital verwalten werden, ganz ohne physischen Kontakt, um nur einen Punkt zu erwähnen. Beim Einsatz von Telemetrie sollten Sie darauf achten, dass Sie auch die Preiserhöhungen, die Sie von Ihren Lieferanten erfahren, postwendend und in Zukunft idealerweise auch im Vertrag mit Ihren Kunden abgesichert, genauso schnell am Automaten weiterreichen (wie es Ihre Lieferanten tun). Per Knopfdruck.

9. Wie bei allen Fachmessen der Vendingbranche war gut, dass wir es ausschließlich mit Fachbesuchern zu tun hatten. Die neue Halle in München bietet mehr Atmosphäre und auch das Rahmenprogramm mit dem BDV rundete die Veranstaltung ab. Der Besuch im Brauhaus ist wie jedes Jahr einerseits ein Highlight, aber man ist durch die freiwillige Sitzplatzwahl doch recht stark an seinen Tisch/Stuhl gebunden. Ein Konzept mit Bistro-Tischen wäre wünschenswert, um das Netzwerken im Ausklang zu vereinfachen. Last, but not least: die Vendtra hätte in sich mehr Highlights, wenn Sie nur alle zwei Jahre stattfinden würde. Auch dann würden wir noch mehr Besucher aus anderen Ecken der Republik erwarten können. So ist aktuell das Verschieben des Besuchs auf das nächste Jahr immer einfach. Aber nicht, wenn dann plötzlich vier Jahre dazwischen liegen würden. Dies erhöht auch die Effizienz und das Interesse beim Aussteller selbst.

10. Einen Besuch planen wir auf jeden Fall ein. Mir wäre aber eine Vendtra lieber, bei der wir auch jedes Mal ausstellen. Aber wie gesagt – bevorzugt alle zwei Jahre.

11. Wenn wir mittelfristig ein plötzliches Operatorsterben verhindern wollen, brauchen wir so früh´ es geht, Planungssicherheit in puncto Fiskalisierung in Deutschland. Eine plötzliche Top-Down Entscheidung aus dem Finanzministerium zur Implementierung der Fiskalisierung, wäre deutlich schlimmer, als Sand im Getriebe. Also, endlich wieder lieber Vorsicht, als Nachsicht.

Aris Kaschefi, BDV

1. Die deutsche Vending-Branche hat 2025 ihre Widerstandsfähigkeit unter Beweis gestellt. Trotz anspruchsvoller wirtschaftlicher Rahmenbedingungen wächst der Markt kontinuierlich – täglich nutzen rund 12 Mio. Menschen Automaten. Besonders erfreulich ist die Entwicklung bei Micro-Markets und Smart-Fridges, die sich als feste Größe in der Betriebsverpflegung etabliert haben. Allerdings dürfen wir die Herausforderungen nicht übersehen: Steigende Personalkosten und Warenkosten, die inzwischen über 40% des Umsatzes ausmachen, setzen Operator unter Druck. 2025 war ein Jahr der Professionalisierung: Wer auf Digitalisierung, Frische und Premium-Konzepte gesetzt hat, konnte wachsen.

2. Heißgetränke bleiben mit 47% Umsatzanteil das führende Segment, gefolgt von Kaltgetränken (33%) und Snacks (13%). Besonders dynamisch entwickeln sich Frischeprodukte – deren Umsatzanteil hat sich seit 2017 verdreifacht. Auch Premiumkaffee mit ganzen Bohnen und Frischmilch-Modulen verzeichnet starkes Wachstum. Der klassische Betriebsmarkt stagniert hingegen etwas, was mit der wirtschaftlichen Situation in der Industrie zusammenhängt. Dafür wachsen neue Standorte wie Krankenhäuser, Bildungseinrichtungen und E-Ladestationen. Auch das Geschäft mit leitungsgebundenen Wasserspendern entwickelte sich weiterhin dynamisch und äußerst erfreulich. Die Betreiber profitieren dabei von stabilen, planbaren Einnahmen aus laufenden Miet- und Serviceverträgen.

3. Drei Entwicklungen stechen heraus: Erstens die „*Premiumisierung*“ im Heißgetränke-Bereich: moderne Kaffeevollautomaten mit edlem Design und Milchsysteme für pflanzliche Alternativen setzen neue Standards. Zweitens warme Convenience-Lösungen, die vollautomatisiert Snacks oder Pizza, aber auch ganze Mahlzeiten zubereiten und damit zur echten Kantinen-Alternative werden. Drittens die Telemetrie und teilweise KI-gestützte Optimierung von

VR DACH 01-2026.indd 42 18.12.2025 10:00:28

2025 2026

Aris Kaschefi, BDV

Befüllprozessen und Sortimenten. Diese Trends werden weiter wachsen, weil sie echten Mehrwert bieten: bessere Qualität, höhere Effizienz und flexiblere Versorgung.

4. Wir gehen mit vorsichtigem Optimismus ins Jahr 2026. Die gesamtwirtschaftliche Lage bleibt herausfordernd, besonders in der Automobil- und Industriebranche. Für Operator heißt das: stärker diversifizieren und zusätzliche Geschäftsfelder aufbauen. Drei Themen werden 2026 prägen: der Fachkräftemangel, die fortschreitende Digitalisierung mit Telemetrie und KI sowie wachsende Nachhaltigkeitsanforderungen. Wer verschiedene Standbeine hat und in moderne Technologien investiert, bleibt auch in einem unsicheren Umfeld stabil.

5. Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Fast jede zweite Maschine in Deutschland ist ein Table-Top-Gerät (48%), während Standautomaten nur noch 19% ausmachen. Table-Top-Lösungen haben sich vor allem im OCS durchgesetzt. Sie sind platzsparend, energieeffizient und wartungsfreundlich. Standautomaten bleiben jedoch unverzichtbar dort, wo hohe Nutzerfrequenz herrscht, etwa in der Produktion oder im öffentlichen Raum. Besonders gefragt sind heute Anbieter, die ganzheitliche Systemlösungen mit hohem Digitalisierungsgrad bieten.

6. Der Betriebsmarkt bleibt mit rund 80% Marktanteil das Rückgrat der Branche. Aber: Die größten Wachstumschancen liegen derzeit im Outdoor-Bereich. E-Ladestationen, Co-Working-Spaces, Direktvermarkter in der Landwirtschaft, Hotels und Freizeiteinrichtungen bieten Potenzial. Die Integration von Automaten in den urbanen Raum gewinnt an Bedeutung. Allerdings müssen Operator Bauvorschriften und städtebauliche Vorgaben berücksichtigen. Gerade bei Smart-Store-Modulen ist die frühzeitige Abstimmung mit Behörden entscheidend. Wer Standorte erschließt, erweitert sein Geschäftsfeld vollkommen zukunftssicher.

7. Bargeldloses Bezahlen ist längst Standard: 50% der Automaten sind bereits ausgestattet, Tendenz steigend. Bei hybriden Automaten erfolgen mittlerweile 55% aller Transaktionen bargeldlos. Die Vielfalt der Zahlungswege wächst: Kartenzahlung, Mobile Payment und geschlossene Systeme für Betriebskantinen müssen heute abgedeckt sein. Wichtig dabei: mit zertifizierten Zahlungsdienstleistern arbeiten, die BaFin- und Bundesbank-Standards erfüllen. Datenschutz nach DSGVO ist Pflicht, nicht optional. Betreiber sollten nur erheben, was nötig ist, verschlüsselt übertragen und Kunden transparent informieren.

8. Telemetrie ist heute kein Luxus mehr, sondern eine grundlegende Voraussetzung für wirtschaftliches und profitables Arbeiten. Bereits 50% der Standgeräte und 97% der OCS-Table-Top-Geräte sind telemetriefähig – eine hohe Quote, die vor allem darauf zurückzuführen ist, dass führende Anbieter im Office-Coffee-Service ihre gesamten Geräte-Flotten umgestellt und damit auch die automatisierte Kaffee-Nachbestellung etabliert haben. Die Vorteile liegen klar auf der Hand: effizientere Tourenplanung, geringerer Schwund, vorausschauende Wartung (Predictive Maintenance) sowie eine datenbasierte Optimierung des Sortiments. Wer seine Automaten nicht vernetzt, verzichtet auf entscheidende Effizienz- und Wettbewerbsvorteile. Beim Einsatz gilt: Start mit einfachen Systemen, die sofort verwertbare Erkenntnisse liefern. Der ROI kommt meist schneller als erwartet. In Kombination mit KI lassen sich Kaufmuster erkennen und individuelle Produktempfehlungen aussprechen.

9. Die Vendtra 2025 hat gezeigt, wie dynamisch sich die Branche entwickelt. Besonders bemerkenswert war die „Premiumisierung" im Heißgetränke-Bereich mit modernen Vollautomaten, die intuitive Touch-Bedienung und Milchsysteme für pflanzliche Alternativen bieten. Auch die Vielfalt bei Frische- und warmen Convenience-Lösungen war beeindruckend – von Pizza-Automaten bis zu vollautomatisierten Mahlzeiten. Als Kooperationspartner konnten wir erstmals das Vortragsprogramm aktiv mitgestalten und hatten einen eigenen Tagungsraum für das BDV-Operator-Treffen – das hat gut funktioniert.

10. Die Vendtra ist eine wichtige Plattform für Austausch und Vernetzung in der Branche. Die Messe bietet gute Gelegenheiten, um mit Operatoren, Herstellern und Zulieferern ins Gespräch zu kommen und aktuelle Entwicklungen zu diskutieren.

11. Wir als BDV freuen uns natürlich immer über Feedback und über das Engagement unserer Mitglieder. Im zurückliegenden Jahr haben wir zu vielen Themen mit politischen Entscheidungsträgern gesprochen und auf praxisnahe Lösungen für die Branche hingewirkt. Genau das ist auch unser Anspruch für 2026: Wir stehen weiterhin für die Belange der Vendingbranche in Deutschland und Europa ein. Ein entscheidender Bereich, in dem wir als Verband bereits aktiv unterstützen, ist die Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitenden. Wir bieten nicht nur einen kompakten digitalen Block an kostenlosen Onboarding-Webinaren an, die neue Mitarbeiterin-

VR DACH 01-2026.indd 43 18.12.2025 10:00:37

REVIEW PREVIEW

nen in drei schlanken 20-Minuten-Modulen absolvieren können. Zusätzlich ermöglichen wir Kolleginnen, die ursprünglich einen anderen handwerklichen Beruf erlernt haben, eine Qualifizierung zur Elektrofachkraft für festgelegte Tätigkeiten – speziell auf den Vending-Sektor zugeschnitten und in enger Abstimmung mit dem TÜV entwickelt. Ergänzt wird dieses Angebot durch unser bewährtes Vending-Seminar sowie die Ausbildung zum Vending-Barista. Diese Kombination schafft eine hervorragende Grundlage, um im täglichen Betrieb wie auch beim Kunden erfolgreich zu agieren – mit hoher Qualität, fundiertem Wissen und zugleich effizienten Seminarzeiten. Das alles funktioniert jedoch nur, wenn die Branche geschlossen zusammensteht. Im vergangenen Jahr haben uns viele Mitglieder tatkräftig unterstützt – dafür ein herzliches Dankeschön an alle, die sich aktiv eingebracht haben. Unser Dank gilt ebenso unseren nationalen und internationalen Partnern-Verbänden, mit denen wir seit Jahren erfolgreich zusammenarbeiten. Konkrete Erfolge haben wir beispielsweise in einigen Bundesländern bei den Sonntagsöffnungszeiten von 24/7-Stores erzielt. Ins neue Jahr nehmen wir zudem Themen wie die Verpackungssteuer mit: Hier bleiben wir kontinuierlich im Austausch mit zahlreichen Kommunen, um praktikable Lösungen für unsere Branche zu erreichen.

Gerhard Mack, FLO

1. Durch die aktuelle Rezession kämpfen alle Unternehmen mit den Umsätzen. Besonders die Automobilindustrie schwächelt gerade in Deutschland. Das ist ein wichtiger Faktor, auch für die Vendingbranche. Die Zulieferer der Automobilbranche haben zu kämpfen. Ich denke, dass sich die wirtschaftliche Lage 2026 eher auf einem stagnierenden Niveau bewegt. Das kann man nicht beschönigen.

2. Im Vending-Bereich verzeichnen wir starkes Wachstum bei Papierbechern, insbesondere bei nachhaltigen Varianten. Die herkömmlichen Papierbecher gehen hingegen eher zurück. Das liegt vermutlich an den EU-Subventionen für Becherhersteller aus Osteuropa. Diese nehmen die Subventionen, um die Preise auf ein unrealistisch niedriges Niveau zu drücken, mit dem wir hierzulande nicht mithalten können. Stattdessen könnte man diese Gelder auch für nachhaltige Investitionen nutzen, dann wäre der Effekt ein anderer. Da 2027 diese Subventionen aber auslaufen, gehen wir davon aus, dass sich die Situation hier wieder verändern wird. Außerdem wächst der Markt für nachhaltige Papierbecher und Hybridbecher deutlich. Für viele Kunden gilt allerdings der Slogan weiterhin: „*Plastik ist schlecht, Papier ist gut.*“

Gerhard Mack, Flo

3. Nachhaltigkeit ist ein zentrales Thema, dass sich immer weiter verstärkt. Wir merken deutlich, dass der Markt aktuell fast ausschließlich durch Nachhaltigkeit getrieben wird. Unternehmen, die nachhaltige Produkte anbieten, werden weiterhin wachsen. Kunden verlangen auch zunehmend Becher „*ohne Schildkröte*“, also reine Papierbecher ohne Kunststoffbeschichtung und Warnbildern. Nur wer ökologisch und nachhaltig arbeitet, wird künftig wachsen können. Die Investitionen dafür sind vorhanden. Ein Beispiel ist ein Kunde von uns, der ausschließlich nachhaltige Produkte akzeptiert, regional arbeitet, seine Fahrzeugflotte auf emissionsarme Modelle umgestellt hat und viele Prozesse rationalisiert hat. Das funktioniert einwandfrei. Nachhaltigkeit, CO_2-Reduktion und ein ganzheitliches ökologisches Konzept sind in diesem Jahr besonders gefragt – wer dies im Kombipaket bietet, wird wachsen.

4. Ich bin vielleicht etwas pessimistisch, was 2026 angeht. Ich hoffe, dass wir die Umsatzahlen von 2025 halten können. Betrachtet man die allgemeine Wirtschaftslage, gehe ich davon aus, dass es schwieriger wird. Dennoch möchte ich positiv bleiben: Wenn wir die Umsätze von 2025 auch 2026 erreichen, bin ich bereits zufrieden.

5. Das Potenzial liegt meiner Meinung nach weiterhin in Nischen. Branchenteilnehmer, die solche Nischen erkennen, können hier wachsen. Es wird viel gebaut, viele Bürogebäude entstehen, auf der anderen Seite spielt Home-Office-Konzepte eine zunehmende Rolle. Wer die Bedürfnisse der Firmen versteht, wird profitieren. Table-Top bleibt insbesondere im Office-Bereich relevant, weniger im Schulbereich. Tower-Geräte im Kaffeebereich hingegen zeigen derzeit kaum Wachstum. Eventuell noch Nischen wie Schwimmbädern, Fitnessstudios, Business- oder Hotelbereichen bieten meiner Meinung nach großes Tower Geräte Potenzial. So agieren es auch große Firmen. Hier werden zum Teil die Großküchen aufgegeben und stattdessen auf kleine Team-Zonen mit Table-Top-Maschinen gesetzt. Einige unserer Kunden arbeiten eng

VR DACH 01-2026.indd 44 18.12.2025 10:00:46

2025 2026

mit Architekten zusammen und platzieren ihre Table-Top-Geräte bereits in der Planungsphase.

6. Ich sehe klare Chancen im Outdoor-Bereich. Die Verkaufszahlen verschiedener Unternehmen bestätigen diesen Trend. Besonders im Outdoor-Segment gibt es noch viel zu tun, insbesondere bei 24/7-Konzepten. Auch Automatenshops gewinnen zunehmend an Relevanz. Ich sehe das auch bei mir in der Umgebung. Hier hat kürzlich ein Automatenshop mit 30 Maschinen eröffnet, bestückt von lokalen Metzgereien, Bäckereien sowie mit Bier und Wein. Die Preisgestaltung ist fair, und das Konzept funktioniert. Besonders in Studentenstädten und Bahnhofsvierteln gibt es großes Potenzial. Dies ist ein Trend, den Operator jetzt aktiv schon nutzen, während sie noch einige Märkte gar nicht auf dem Schirm haben.

7. Wichtig sind Kassensysteme mit fiskaler Ausrichtung, sowie kontaktlose Bezahlmöglichkeiten. Ich würde heutzutage keinen Automaten mehr mit Bargeld ausstatten. Die jüngere Generation nutzt kaum noch Bargeld, und ältere Kunden müssen sich entsprechend umstellen. Bargeldlos ist klar der Standard.

8. Wer in Telemetrie investiert, sollte auf eine ganzheitliche Lösung setzen. Es gibt Systeme, die Zählerstände und Füllstände erfassen und gleichzeitig fiskale Auswertungen fürs Finanzamt bieten. Ein solches Komplettsystem ist ideal. Zudem sollte man einen Anbieter wählen, der ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bietet und alle relevanten Funktionen abdeckt. Blicken wir hierfür auch mal nach Italien. Hier wird Telemetrie bereits seit rund 15 Jahren genutzt: Große Monitore zeigen Fahrzeugstandorte, Lagerbestände und Störungen in Echtzeit. Bei einer Störung wird sofort der nächstgelegene Fahrer identifiziert, der das Problem löst. Am Abend ist das Lager stets ausgeglichen. In Deutschland sind wir hier noch hinterher.

9. Meine Highlights waren, dass die eingeladenen Kunden tatsächlich erschienen sind. Darüber habe ich mich sehr gefreut. Mit unserer neuen Range „*Alpha*“ waren wir der „*Platzhirsch*“ unter den Becherproduzenten. Wir sind im Moment die einzigen Hersteller, die mit ihren Alpha-Produkten von der EWK-Fond-Gebühr befreit sind. Zudem konnte ich die Besucher über Themen wie EWK Fond Gebühr, Kommunale - Verpackunssteuer und der unterschiedlichen DSD-Gebühren aufklären.

10. Vielleicht wird etwas Vorfreude auf die Vendtra aufkommen, wenn wir erfahren, wann und wo sie stattfinden wird, warten wir ab.

11. Ich wünsche mir nur etwas mehr Zusammenarbeit mit anderen Verbändern, besonders länderübergreifend. Wir sind europaweit aktiv, hier fehlt uns etwas die Unterstützung, wir benötigen einen internationalen Blick. Oft wird auch erst reagiert, wenn das Problem bereits eingetreten ist. Ich wünsche mir frühzeitigeres Handeln, ein schnelleres Erkennen von Problemen und proaktives Vorgehen. Beispielsweise bei der kommunalen Verpackungssteuer wurde aus meiner Sicht zu spät reagiert.

Erwin Wetzel, EVA

1. Die wirtschaftliche Entwicklung der Vending- und Office-Coffee-Service-Branche im Jahr 2025 bleibt insgesamt angespannt. Mehrere externe Faktoren wirken gleichzeitig belastend: Die allgemeine wirtschaftliche Unsicherheit – verstärkt durch politische Instabilität sowie einen spürbaren Paradigmenwechsel in den transatlantischen Beziehungen zwischen Europa und den USA – führt zu einer deutlich verhalteneren Investitionsbereitschaft auf Kundenseite. Viele Unternehmen ziehen aktuell „*die Handbremse*“, verschieben Modernisierungen und reduzieren ihre Ausgaben für die betriebliche Verpflegung. Hinzu kommt die weiterhin hohe Inflation bei Rohstoffen und Vorprodukten, die sowohl Hersteller als auch Operatoren unter erheblichen Margendruck setzt. Gleichzeitig verlieren europäische Hersteller zunehmend Marktanteile an asiatische – insbesondere chinesische – Anbieter, deren Geräte in großer Zahl und oft zu sehr niedrigen Preisen in den EU-Markt gelangen. Dieses Ungleichgewicht erschwert die Lage zusätzlich und führt dazu, dass 2025 erneut ein Jahr mit tendenziell schwachen Verkaufszahlen bei neuen Automaten ist. Die Branche erwartet, dass sich Rahmenbedingungen und Investitionsklima 2026 hoffentlich wieder etwas stabilisieren.

2. Ganz leicht die Snackautomaten und sonst hauptsächlich der Bereich der Smart-Fridges und der Micromarkets. Bei den klassischen Automaten ist der Markt gesätigt und Operator haben meistens viele Geräte auf Lager.

3. Im Jahr 2025 zeigen sich mehrere neue bzw. deutlich verstärkte Trends, die die Branche nachhaltig prägen werden: Erstens: Digitalisierung und Datenstandards rücken erstmals wirklich ins Zentrum. Mit der zunehmenden Verbreitung einheitlicher Kommunikationsprotokolle – allen voran des EVA Smartlinks – entsteht ein klarer Trend zu interoperablen Systemen. Hersteller, Zahlungsdienstleister und Betreiber erkennen, dass nur mit harmonisierten Datenstrukturen Effizienzgewinne realisiert und neue digitale Services entwickelt werden können. Dieser Trend wird 2026 weiter an Dynamik gewinnen, weil er sowohl Innovationspotenzial freisetzt als auch vollständige Transparenz für Operatoren schafft. Zweitens: Stärkerer Fokus auf Effizienz und Kostenopti-

VR DACH 01-2026.indd 45 18.12.2025 10:00:55

REVIEW PREVIEW

Erwin Wetzel
EVA

mierung. Angesichts niedriger Investitionsbereitschaft und hoher Betriebskosten konzentrieren sich Betreiber zunehmend auf Optimierung statt Expansion. Dazu gehören Tourenplanung, Energieeffizienz, Zustandsüberwachung, Predictive Maintenance sowie der vermehrte Einsatz renovierter Geräte. Drittens: Wandel in der Gerätebeschaffung und Marktstrukturen. Der zunehmende Druck durch chinesische Hersteller verändert das Marktgefüge sichtbar. Ein neuer Trend 2025 ist die stärkere Nachfrage nach preisgünstigen oder generalüberholten Geräten – sowohl aus wirtschaftlichen Gründen als auch als Reaktion auf unsichere Zeiten. Gleichzeitig wird die Frage der Produktsicherheit und -qualität wieder stärker diskutiert. Dieser Trend dürfte 2026 weiter anwachsen, begleitet von einer Debatte über faire Wettbewerbsbedingungen in Europa. Viertens: Neue Bedienkonzepte und Nutzererwartungen. Mit der Verbreitung von Touchscreens, mobilen Lösungen und nahtlosen Bezahlsystemen entsteht ein klarer Trend zu moderner User Experience. Zwar wird dieser Fortschritt aufgrund der aktuellen Investitionsschwäche gebremst, doch das strukturelle Wachstumspotenzial bleibt hoch und dürfte sich 2026 wieder deutlicher entfalten.

4. Hierzu erwarten wir tatsächlich die gleichen Trends wie für das Jahr 2025. Somit würde ich hier mit den gleichen Inhalten antworten wie bei Frage 3.

5. Trotz der anhaltenden Bedeutung von Table-Top-Geräten im Office Coffee Service sehe ich für die kommenden Jahre mehr Entwicklungspotenzial im Tower-Segment. Der Markt für Table-Tops ist in vielen Ländern inzwischen stark gesättigt und steht zunehmend unter Druck durch preisaggressive Anbieter, insbesondere aus China. Dadurch wird es schwieriger, sich über Qualität oder Innovation zu differenzieren, und die Margen bleiben begrenzt. Tower-Automaten bieten dagegen deutlich attraktivere Wachstumsmöglichkeiten. Sie ermöglichen eine klare Positionierung im Premium-Segment, erlauben höhere Preise und schaffen ein Konsumerlebnis, das über eine reine Kaffeeversorgung hinausgeht. Mit größeren Displays, erweiterten Produktangeboten und stärkerer visueller Präsenz können Tower-Geräte den Verbraucher ansprechen und ein modernes, wertiges Nutzungserlebnis vermitteln. Gleichzeitig generieren sie höhere Umsätze pro Standort, was für Operatoren in einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld zunehmend entscheidend wird. Das Beispiel Costa Express im Vereinigten Königreich ist ein prägendes Beispiel.

6. Ich sehe Marktchance für beide Kategorien. Dies deshalb, weil Konzepte gibt es genug, um den Kunden das zu bieten, was sie erwarten.

7. Kontaktloses Zahlen mit Karte und zahlen über QR-Code wenn das System auf nationaler Ebene existiert.

8. Telemetrie hat heute eine zentrale Bedeutung für die Branche, da sie Operator ermöglicht, ihre Prozesse effizienter zu gestalten und trotz steigender Kosten profitabel zu bleiben. Durch Echtzeitdaten können Touren optimiert, Ausfälle schneller erkannt und Verbrauchsmaterialien bedarfsgerecht nachgefüllt werden. Gleichzeitig bildet Telemetrie die Grundlage für neue digitale Services und für die Integration in einheitliche Datenstandards wie den EVA Smartlink. Beim Einsatz sollten Betreiber besonders auf Datenqualität, Systemsicherheit sowie auf echte Interoperabilität zwischen Maschinen, Payment und Software achten. Wichtig ist außerdem, Lösungen zu wählen, die skalierbar sind und zukünftige Anforderungen – etwa im Bereich Predictive Maintenance oder Reporting – unterstützen.

9. Die Vendtra 2025 in München hat gezeigt, dass sie sich als feste Größe im Messekalender der Branche etabliert hat. Besonders positiv fiel in diesem Jahr die Wahl des Veranstaltungsorts auf: Die Olympiahalle erwies sich als ideale Location – großzügig, mit angenehmer Akustik und einer entspannten Atmosphäre, die den Austausch unter den Teilnehmern erleichterte. Auch die Besucherzahlen waren überzeugend. Für uns als Verband bot die Messe zahlreiche Gelegenheiten, mit Mitgliedern und Branchenpartnern ins Gespräch zu kommen und aktuelle Entwicklungen zu diskutieren. Einen Mehrwert lieferte das vom BDV organisierte Konferenzprogramm. Mit dem Fokus auf neue Konzepte für Vending-Operator setzte es Impulse für die Zukunftsgestaltung der Branche.

10. Ja, es ist schon fest in meinem Kalender eingetragen und die Vendtra ist jährlich immer wieder ein Highlight.

11. Wir wünschen uns von nationalen und europäischen Verbänden mehr Unterstützung bei Themen, die für die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zunehmend entscheidend werden. Dazu gehören vor allem der Schutz des europäischen Marktes vor nicht konformen Importgeräten, insbesondere aus China, sowie eine stärkere Durchsetzung bestehender Vorschriften zu Produktsicherheit, CE-Konformität und Marktüberwachung.

VR DACH 01-2026.indd 46 18.12.2025 10:01:05

HESA INNOVATIONS

Vending weiter gedacht.

Wir sind HESA, die Experten für innovative Automatenverkaufsmodelle.

Mit unseren außergewöhnlichen Ideen und bahnbrechenden Lösungen für Verkaufsautomaten, Kiosksysteme, mobile Vending-Lösungen und digitale Bezahlsysteme haben wir uns auf den Weg gemacht, den Einzelhandel zu revolutionieren.

Neugierig geworden? Rufen Sie uns unter 06071 2092-860 an oder schreiben Sie uns: info@hesainnovations.de

hesainnovations.de

Verkaufen Sie Ihre beliebtesten Waren ganz einfach 24 Stunden am Tag, 7 Tage in der Woche: Mit der **Automatenhaltestelle!**

Sie wollen einen florierenden Kiosk an einem bewährten Standort betreiben – ohne das übliche Unternehmerrisiko? Hier kommt **Käptn Kiosk!**

Käptn Kiosk 24/7 – völlig automatisiert und personalfrei! Gewinne erwirtschaften! Mit unseren topmodernen Verkaufsautomaten für Ihre Verkaufsfläche.

Vraller – die vollautomatische Verkaufslösung im komplett mobilen Vendingsystem – ideal für Events jeder Art.

Der **Pizza-Au-Tomate** ist unser erster vollautomatischer Pizza-Automat mit zwei leckeren Sorten.

Unser umfassendes Bezahlsystem **conoma** vereint bargeldlose Zahlungen, kundenspezifische Apps und zentrale Terminals zu einer Lösung.

HESA. Lauter starke Marken.

REVIEW PREVIEW

Stephan Meiringer, B.I.T Soft

Stephan Meiringer, B.I.T. Soft GmbH & Co. KG

1. Trotz des kaum spürbaren Wachstums im Gesamtmarkt in diesem Jahr hat sich die Branche ein Stück weit wieder erholt.

2. Bezüglich des Wachstums haben wir im Jahr 2024 im Vergleich zu 2023 eine weiterhin stagnierende Entwicklung erlebt. Diese Tendenz blieb auch für das Jahr 2025. Der Markt ist weiterhin gleichbleibend. Das erhoffte Wachstum scheint gegenwärtig nicht in greifbare Nähe zu rücken.

3. Verschiedene Aspekte – wie Mikropayment oder Prozessoptimierung – haben vermutlich dazu beigetragen, dass Investitionen die ein oder anderen Einsparungseffekte erzielen konnten. Durch Preisanpassungen und teilweise regionale politische Regularien sind diese Effekte jedoch leider wieder *„versickert"*.

4. Der Aufschwung in der deutschen Wirtschaft entspricht noch nicht den Erwartungen, dass schnell und nachhaltig ein höheres Wachstum in der Branche entstehen soll. Dennoch sind wir uns sicher, dass Frische- und Bioprodukte sowie Paymentlösungen zunehmen werden. Wir sehen auch ein starkes Wachstumspotenzial für Preisschienen mit wechselnden, ggf. KI-gesteuerten Preisen.

5. Wenn Sie mich fragen, ist Table Top ein wesentlich einfacher zu handhabendes Business mit mehr Ertragsoptionen im Vergleich zu Tower-Geräten.

6. Bei Indoor und Outdoor sehen wir die Chancen als gleich. Beide Bereiche bieten ähnliche Wachstumschancen und Potenziale, hier gibt es kein Segment, das mehr heraussticht als das andere.

7. Meiner Meinung nach sollte Cashless immer vorhanden sein, das wird von den Endverbrauchern immer häufiger gefordert.

8. Für die Zukunft sind aktuelle Trends in der KI-Entwicklung, aber auch die Optimierung der Datenerfassung und -verbuchung sowie finanzbuchhalterische Anforderungen nach wie vor der bedeutendste Fokus für die Ausrichtung als moderner Operator. Durch die Überlegungen zur Entwicklung neuer Standards wird eine Implementierung künftig einfacher werden. Das bedeutet jedoch nicht, dass man hier abwarten sollte.

9. Die Vendtra 2025 hat einen neuen Charakter erhalten. Die neue Halle war gefühlt nicht größer, aber Aussteller und Besucher sind hier zentral wieder *„ein Stück näher"* gekommen. Unser Highlight war der Standplatz am Hauptgang.

10. Die Planung für das nächste Jahr läuft.

Fritz Kaltenegger, Cafe+Co International Holding GmbH

1. Wir haben wieder ein sehr herausforderndes Jahr hinter uns. Leider mussten auch 2025 wieder viele unserer Kunden Schichten streichen und/oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abbauen. Die Formel ist einfach: Wo weniger gearbeitet wird, gibt es auch weniger Pausen, in denen wir unsere Versorgungslösungen – von Kaffee bis hin zu Kaltgetränken und Snacks – anbieten können. Das wirkt sich auf unsere Umsätze aus.

2. Während das Geschäft mit Kaffee und Heißgetränken kaum noch wächst bzw. leicht rückläufig ist, sehen wir nach wie vor ein Wachstum im Geschäft mit Kaltgetränken und Snacks. Das im Frühjahr in Österreich eingeführte Pfand auf Dosen und PET-Flaschen hat allerdings starke Auswirkungen auf das Kaltgetränkegeschäft in Österreich.

3. Ich sehe keine neuen Trends, sondern eine Verstärkung bereits bekannter Marktentwicklungen. Kunden wollen Vollversorgung und mehr Flexibilität. Daher werden wir unser tägliches Operating weiter digitalisieren. Snacks und Kaltgetränke werden weiterhin zweistellig wachsen. Büros und dezentrale Betriebseinheiten werden nach wie vor gefragt bleiben.

4. Wirtschaftlich sind wir auf eine ähnliche Situation wie im Jahr 2025 eingestellt. Wir erwarten ein schwaches Wachstum in der Industrieproduktion. Einige Branchen stecken nach wie vor in einer Transformation, wie sie in den letzten Jahrzehnten nicht zu sehen war (Stichwort: Automobilsektor). Ich gehöre jedoch zu denjenigen, die die Innovationskraft spüren und den Willen sehen, diese Transformation aktiv zu bewältigen. Es wäre schön, wenn wir in einem Jahr sagen könnten: 2026 war das Jahr des Turnarounds, und wir blicken optimistisch in die Zukunft.

5. Die wirtschaftlichen Veränderungen, die wir seit der Corona-Krise beobachten und die sicherlich noch einige Jahre andauern werden, haben direkte Auswirkungen auf die Zahl der Beschäftigten in den Unternehmen. Homeoffice ist inzwischen fester Bestandteil des Arbeitsalltags. Infolgedessen werden gro-

VR DACH 01-2026.indd 48 18.12.2025 10:01:23

2025 2026

Fritz Kalt
Cafe

ße Vollautomaten in zahlreichen Betrieben zunehmend durch kompakte Table-Top-Geräte mit Frischmilch und frisch gemahlenem Kaffee ersetzt. Diese modernen Maschinen bieten Barista-Qualität und erfreuen sich daher großer Beliebtheit. Wir als Operator haben auf diese Entwicklung reagiert und bieten unseren Kundinnen und Kunden entsprechende Lösungen an.

6. Der Fokus liegt ganz klar auf Cashless, obwohl wir feststellen, dass an bestimmten Standorten nach wie vor 80 % der Zahlungen mit Bargeld getätigt werden. In manchen Ländern wie Polen und Tschechien ist Cashless ein größeres Thema als in anderen, beispielsweise in Deutschland und Österreich. In Zukunft wird es wohl beides brauchen: einfach zu bedienende Cashless-Terminals und die Möglichkeit, auch mit Bargeld zu zahlen.

7. Nur durch Telemetrie in unseren Geräten ist es möglich, Stillstände zu verhindern und unseren Kundinnen und Kunden einen perfekten Service zu bieten. Telemetrie-Systeme helfen uns, unsere Arbeit besser zu machen.

9. Ein Besuch der Vendtra lohnt sich, wenn wir neue und innovative Angebote bzw. Technologien sehen möchten.

10. Wir beobachten in vielen Märkten eine weitere Verschärfung der Gesetze und Vorschriften bis hin zu neuen Steuern, beispielsweise: Pfandregelungen (z.B. Österreich und Polen) machen das Vending-Geschäft sehr aufwendig und für Konsumenten unattraktiv. Zuckersteuern (z.B. Slowakei und Slowenien) und weitere Konsumsteuern bzw. Einschränkungen (z. B. Ungarn) drücken auf unsere Margen. Plastikverbote bzw. -steuern (Polen, usw., verteuern unseren Service durch Kostensteigerungen. Für unsere Verbände gibt es daher sehr viel zu tun!

Jürg Scheidegger, Caffetta Automaten AG

1. Die Vendingbranche hat sich im Jahr 2025 – meiner Meinung nach wenig überraschend – entsprechend der wirtschaftlichen Situation entwickelt. Letztlich war das leider nicht unbedingt eine positive Entwicklung.

2. Am besten haben sich die Segmente der Kaffeespezialitäten entwickelt. Hier sehen wir ein hohes Wachstum. Gleichzeitig sind die Unsicherheiten im Export durch den Zollhammer in der Schweiz sehr groß. Zudem ist der Schweizer Franken hoch bewertet.

Jürg Sch
Caffetta Au AG

3. Die bargeldlosen Zahlungssysteme wie Kreditkarten und Twint haben sich sehr positiv entwickelt. Meiner Meinung nach werden bargeldlose Bezahlsysteme auch in Zukunft noch weiter wachsen.

4. Grundsätzlich haben wir in diesem Jahr sehr vorsichtig budgetiert, da die wirtschaftliche Lage auch für 2026 noch sprunghaft bleiben wird.

5. Bei uns sind die Verhältnisse ganz klar zugunsten von Table-Top-Geräten (2/3). Diese Entwicklung ist meiner Meinung nach auch in absehbarer Zukunft nicht zu bremsen.

6. Wir haben nie in Betracht gezogen, in Public Vending und Outdoor-Konzepte zu investieren. Dies liegt insbesondere an den negativen Begleiterscheinungen unserer Mitbewerber.

7. Die zu verwendenden Payment-Systeme hängen stark von der am jeweiligen Standort angesprochenen Zielgruppe ab. Auch die Inhouse-Lösungen der Unternehmen bzw. Institutionen, in denen die Automaten stehen, sind ein wichtiger Faktor für die benutzten Bezahlsysteme. Grundsätzlich werden heutzutage jedoch moderne Zahlungsmöglichkeiten wie kontaktloses Bezahlen bevorzugt.

8. Für eine regionale Unternehmung mit einer großen Marktpenetration ist der Offline-Datentransfer oft sinnvoller. Ab gewissen Distanzen wird jedoch die Telemetrie bevorzugt.

9. In diesem Jahr waren wir nicht vor Ort auf der Vendtra.

10. Unser Unternehmen bevorzugt in 2026 einen Besuch auf der Venditalia, aber vielleicht schaffen wir es auch auf die Vendtra 2026, wir werden sehen.

11. Wir wünschen uns mehr einheitliche Standards und höhere Hürden (besonders in Hinsicht auf Sicherheit) bei der Verwendung von privaten Kaffeemaschinen in den Betrieben.

VR DACH 01-2026.indd 49 18.12.2025 10:01:32

REVIEW PREVIEW

Wolfgang Effer, Deutsche Sinalco GmbH

Wolfgang Effer, Deutsche Sinalco GmbH

1. Wir sehen, dass sich die aktuelle wirtschaftliche Lage, insbesondere auf dem Betriebsmarkt, deutlich bemerkbar macht. Dies zeigt sich unter anderem darin, dass es in diesem Bereich bereits zu Absatzverlusten gekommen ist und weiterhin kommt.

3. Für das Jahr 2026 erwarten wir im Vendingbereich eine Entwicklung, die von einer Stagnation der Absätze beziehungsweise einem leichten Rückgang geprägt sein wird.

5. Wir glauben, dass der Indoor-Bereich auch weiterhin das größere Absatzpotenzial bieten wird und damit im Vergleich zu anderen Bereichen eine bedeutendere Rolle für die zukünftige Absatzentwicklung einnehmen dürfte.

Peter Telgmann, EisBerger

1. Wir merken, dass Investitionen heute deutlich bedachter getätigt werden. Guter Service und persönliche Beratung spielen bei Kaufentscheidungen eine wesentlich wichtigere Rolle als noch vor einigen Jahren. Insgesamt ist die wirtschaftliche Entwicklung positiv und offen für neue Konzepte.

2. Da wir ausschließlich im Bereich der Eisautomaten tätig sind, können wir nur unseren eigenen Marktsektor beurteilen. Hier sehen wir weiterhin klare Potenziale, sowohl in bestehenden als auch in neuen Einsatzbereichen.

3. Wir beobachten weiterhin einen deutlichen Trend zu hochwertigen Eisautomaten. Da der Markt insgesamt noch wenig durchdrungen ist, bietet unser 360-Grad-Konzept eine optimale Antwort auf die steigende Nachfrage und positioniert uns genau im Zentrum dieses Trends.

4. Wir rechnen auch im Jahr 2026 mit weiterem Wachstum und einer zunehmend professionellen Marktentwicklung.

5. Wir sehen in beiden Bereichen Potenziale, jedoch in unterschiedlichen Zielgruppen. Beide Gerätetypen bedienen verschiedene Anforderungen und ergänzen sich im Gesamtmarkt.

6. Wir sehen in beiden Kategorien große Chancen. Unsere Eisautomaten sind stark im Outdoor-Bereich vertreten. Wir erkennen jedoch insbesondere im Gastro- und Eventbereich wachsende Möglichkeiten für Indoor-Geräte.

7. Für uns ist die bargeldlose Zahlung einer der wichtigsten Punkte. Ganz klar mit PIN-on-Glas. Wir arbeiten zu 95 Prozent mit Senvend zusammen.

Peter Telgmann, EisBerger

8. Telemetrie hat eine essentielle Bedeutung für Effizienz und Erfolg. Eine stabile Konnektivität sowie verlässliches Forecasting sind entscheidend, um Prozesse zu optimieren. Die Systeme müssen zudem stärker vernetzt und ausgebaut werden.

9. Auch in diesem Jahr haben wir wieder viele unserer Bestandskunden getroffen und gleichzeitig sehr gute Gespräche mit neuen Interessenten geführt. Der persönliche Austausch war für uns das Highlight.

10. Ja, wir freuen uns sehr auf die Vendtra 2026, denn die Messe ist ein fester Bestandteil unserer Jahresplanung.

Marco Rühl, La marchante GmbH, TeeFee

1. Das Jahr 2025 war geprägt von Gegenbewegungen: Einerseits haben hohe Kosten, regulatorische Unsicherheiten und ein sehr harter Wettbewerb viele Unternehmen stark belastet. Andererseits gab es deutliches Wachstum in Segmenten, die echte Innovationskraft und gesundheitsbezogene Mehrwerte bieten. Das Konsumverhalten verändert sich – nicht ruckartig, aber nachhaltig. Für Marken, die konsequent auf Qualität, Transparenz und gesellschaftliche Verantwortung setzen, war 2025 kein Jahr der Krise, sondern der Klarheit.

2. Wir sind im Bereich der Kaltgetränke unterwegs. Und hiern ist in diesem Jahr die Nachfrage nach zuckerfreien Getränken, funktionalen Getränken und Bio-Zertifizierungen stark gewachsen. Auch im Vending kommen Produkte, die einen klaren Gesundheits- und Bequemlichkeitsfaktor bieten, bei den Endverbrauchern immer besser an. Auch nachhaltige To-go-

VR DACH 01-2026.indd 50 18.12.2025 10:01:42

2025 2026

Marco Pühl
La marcha GbH

Verpackungen und Familienprodukte sind gefragt. Rückläufig sind klassische Softdrinks mit hohem Zuckergehalt, Impulsgetränke ohne klaren USP sowie Sortimente ohne Differenzierung oder Mehrwert. Der Grund dafür ist denkbar einfach: Konsumenten, insbesondere Eltern, sind kritischer geworden. Gesundheit, Alltagstauglichkeit und Glaubwürdigkeit sind ihnen wichtiger als bekannte Logos.

3. Das Jahr 2025 hat drei Trends sichtbar beschleunigt: Zum einen wird zuckerfrei immer mehr zum Standard und nicht zur Ausnahme. Außerdem steigen ballaststoffreiche und funktionale Getränke im Massenmarkt. Zum anderen werden Kids-Produkte erstmals echten Hygienediskussionen und Regulierung unterliegen. Diese Dynamik wird sich unserer Meinung nach 2026 verstärken: Zuckerfrei wird zum Standard, nicht zur Ausnahme. Funktionale Getränke werden sich weiter verbreiten. Zudem wird das Thema Kindergesundheit politisch relevanter, was auch den Markt ordnen wird.

4. Wir hoffen stark darauf, dass 2026 ein Jahr der Marktkorrektur und Professionalisierung sein wird. Marken, die echten Nutzen stiften, werden wachsen. Marken, die auf reines Marketing ohne Produktsubstanz gesetzt haben, werden hingegen Marktanteile verlieren. Zudem wird die EU-Regulatorik (Stichwort: Zuckerstrategie) das Verhalten von Herstellern und Händlern weiter verändern.

5. Kurzfristig werden Tower-Systeme stärker wachsen, da sie Reichweite, Sichtbarkeit und Impulskäufe garantieren. Mittelfristig sehe ich jedoch großes Potenzial in smarten Table-Top-Lösungen, besonders in Büros, Gesundheitseinrichtungen und Schulen, also überall dort, wo Convenience, Hygiene und gesunde Produkte gefragt sind.

6. Der Outdoor-Markt wächst stark durch Mobilität und Flexibilisierung. Aber: Indoor gewinnt strategisch, weil dort die Konsumenten länger verweilen und bewusstere Entscheidungen treffen. Für Marken wie TeeFee/ZISCH, die Orientierung geben, ist Indoor besonders wertvoll.

7. 2025 hat gezeigt: *„Card first, Mobile first, Cash optional."* Nahtlos und schnell mit Apple Pay, Google Pay, Girocard, Kreditkarte und idealerweise telemetrieverknüpft. In Deutschland bleiben QR-Only-Systeme weiterhin Nischenlösungen.

8. Telemetrie ist inzwischen kein Nice-to-have mehr. Sie ist der Effizienzfaktor im Betrieb. Sie reduziert Rückläufe, sichert Verfügbarkeiten, ermöglicht Mengen- und Preissteuerung und bildet die Grundlage für Produktinnovationen. Wichtig sind die DSGVO-konforme Speicherung, volle Transparenz für den Betreiber und stabile Konnektivität.

9. Die Vendtra 2025 war ein hochrelevantes Branchentreffen für uns und absolutes Neuland. Meine Highlights? Wir haben eine Hinwendung zu nachhaltigen und gesunden Produkten beobachtet. Außerdem war die Branche offen für Weiterentwicklung, was wir in zahlreichen Fachgesprächen selbst bemerkt haben. Die Qualität der Gespräche, besonders im Vending- und Convenience-Segment, war sehr hoch. Und natürlich die enorme Resonanz, die wir mit unseren Produkten *„Zisch"* und *„TeeFee Kids"* erzielen konnten.

10. Wir freuen uns bereits auf die Vendtra 2026. Wir planen bereits jetzt feste Termine, weil die Messe für uns einer der wichtigsten Touchpoints zu Operatorkunden im Jahr ist. Für 2026 erwarten wir noch mehr Fokus auf Innovation, gesundheitsorientierte Sortimente und Smart-Vending.

11. Es gibt drei entscheidende Bereiche. Zum einen ist eine klare Haltung zu Kindergesundheit und Zuckerreduktion wichtig. Wir wünschen uns weniger Symbolpolitik und mehr Konsequenz. Außerdem wünschen wir uns mehr Mut, kleine, innovative Marken zu unterstützen, statt nur etablierte Konzerne zu bedienen. Zu guter Letzt hoffen wir auf bessere Rahmenbedingungen für funktionale, gesunde Produkte – steuerlich, regulatorisch und kommunikativ. Deutschland braucht eine Lobby, die die Gesundheit nicht den multinationalen Zuckerkonzernen überlässt.

Franz Oberneder, Asco Drink Machines

1. Wir verzeichnen eine sehr gute und steigende Nachfrage von Hotels, Gastronomiebetrieben, Kantinen und Fitnesscentern. Hier erfährt unsere umweltfreundliche Getränkeversorgung besondere Aufmerksamkeit.

2. Unsere Umsatzziele wurden erreicht und viele davon sogar überstiegen. Die Gründe dafür ergeben sich aus Punkt 1: Die Nachfrage in den Bereichen Hotels, Gastronomie, Kantinen und

VR DACH 01-2026.indd 51 18.12.2025 10:01:51

REVIEW PREVIEW

Franz Oberneder
Asco Drink Machine

Fitnesscenter steigt. Unsere Systeme sind umweltfreundlich, verursachen wenig Logistikaufwand, bieten eine hohe Kapazität und benötigen wenig Servicepersonal.

3. Der Trend geht in Richtung Retro-Design und reduzierter Eleganz. Gleichzeitig ist in vielen Ländern der Trend zurück zur Natur klar spürbar.

4. Wir erwarten auch weiterhin eine gute Nachfrage nach unseren umweltfreundlichen Getränkesystemen *„Fructomat“*. Hier sehen wir auch viel Potenzial für die Zukunft.

8. Cloud-Lösungen werden für die Kontrolle, Remote-Updates und die Serviceorganisation immer wichtiger. Dabei sollte auf möglichst geringe Kosten geachtet werden.

Daniele Ioratti, Coges

1. Insgesamt war dieses Jahr für den Vending-Sektor eher negativ. Viele Operator haben ihre Investitionen reduziert, während steigende Kosten nur teilweise durch Preiserhöhungen ausgeglichen werden konnten. Besonders stark betroffen waren die mediterranen Märkte wie Italien und Spanien.

2. Der Wandel von geschlossenen Zahlungssystemen hin zu offenen, bargeldlosen Systemen findet statt, jedoch langsamer als ursprünglich erwartet. Wir haben ein deutlich gestiegenes Interesse an Kreditkartenzahlungen festgestellt, das deutlich stärker ausfällt als das Interesse an App-basierten Lösungen. In diesem Bereich investieren die Operator aktuell.

3. KI verbreitet sich momentan stärker, vor allem in Anwendungen rund um ERP-Systeme. Auch die Altersverifikation wurde zu einem wichtigen Thema, da sich die EU-Vorschriften für bestimmte Produkte weiter verschärft haben. Da die Branche immer mehr Daten aus den Maschinen und von den Konsumenten sammelt, wird die Nutzung von KI weiter zunehmen. Zudem haben wir den Einfluss günstiger Maschinen aus China sowie die ungewöhnlich aggressiven Preissetzungen von OEMs beobachtet. Dies hat dabei geholfen, die Verluste aus dem starken Refurbishment-Trend der vergangenen Jahre teilweise auszugleichen, wobei unklar ist, wie nachhaltig diese Entwicklung sein wird.

4. Ich erwarte einen deutlichen Anstieg der Kreditkartenzahlungen an den Automaten sowie eine stärkere Integration KI-gestützter Lösungen in die Telemetrie.

5. Ich sehe größeres Potenzial im Bereich der Table-Top-Maschinen. Das sogenannte„*Coffee-Corner*“-Konzept wächst weiter, sogar in Märkten wie Italien, die traditionell stark auf freistehende Standautomaten gesetzt haben. Table-Top-Geräte werden in puncto Qualität und Service als hochwertiger wahrgenommen, was von den Endkunden sehr geschätzt wird.

Daniele
Co

6. Meiner Meinung nach geht die Tendenz ganz klar zu Outdoor. Wie die Branchenverbände in Italien feststellen, besteht die aktuelle Herausforderung darin, neue, bislang unterversorgte Standorte zu identifizieren, zum Beispiel entlang von Radwegen oder in anderen Bereichen ohne bestehende Versorgungsangebote. Ich erwarte, dass künftig mehr Outdoor-Vending-Projekte entstehen werden.

7. Für Paymentlösungen ist eine kombinierte Lösung am besten, die sowohl Kreditkartenzahlungen als auch Closed-Loop-Systeme unterstützt und zusätzlich die Möglichkeit bietet, Guthaben über die Cloud aufzuladen.

8. Telemetrie verbreitet sich immer weiter, und die Operator – auch kleinere Unternehmen – erkennen zunehmend ihren Wert. Für kleine Automatenflotten kann sie die Notwendigkeit teurer ERP-Systeme ersetzen. Operator sehen bereits jetzt Kostensenkungen. Der nächste Schritt wird darin bestehen, die Daten kreativer für Kundenbindungsprogramme sowie für das Identitätsmanagement zu nutzen, um passende Produkte und Services anzubieten.

10. Die Vendtra 2026 haben wir als Unternehmen eingeplant. Ich selbst habe auch vor, in diesem Jahr vor Ort zu sein.

11. Wir hoffen auf mehr Unterstützung im Bereich Fiskalisierung – dieser Bereich benötigt eine stärkere Unterstützung sowie eine bessere Abstimmung innerhalb der gesamten Branche.

VR DACH 01-2026.indd 52 18.12.2025 10:02:01

2025 2026

Janis Junka, Vendon

Janis Junka, Vendon

1. Innerhalb unserer Branche war das Jahr 2025 leider kein leichtes Jahr.

2. Besonders der Bereich der bargeldlosen Lösungen ist weiter gewachsen, da Operator zunehmend den Wert und die Bequemlichkeit von Kartenzahlungen erkennen. Im OCS-Segment beschäftigen sich zudem immer mehr Unternehmen mit Connectivity-Lösungen.

3. Wir sehen ein besonders starkes Wachstum im Bereich der künstlichen Intelligenz. KI gewinnt zunehmend an Bedeutung, insbesondere im Bereich der Prozessoptimierung.

4. Aufgrund der anhaltenden Unsicherheiten in der Wirtschaft und in der Branche werden sich künftig mehr Operator nach Connectivity- und Cloud-Lösungen umsehen, um ihre Abläufe zu vereinfachen und effizienter zu gestalten.

6. Für uns steht der Indoor-Bereich besonders im Fokus. Wir sehen hier vor allem Wachstumspotenzial, da die Menschen in ganz Europa zunehmend in ihre Büros zurückkehren.

7. Sowohl Bargeld als auch bargeldlose Zahlungssysteme sind essenziell. Probleme mit der Internetverbindung oder Ausfälle können Kartenzahlungen verhindern, und Operator können es sich nicht leisten, Umsätze zu verlieren. Daher müssen sowohl Online- als auch Offline-Zahlungen zuverlässig funktionieren.

8. Telemetrie ist von entscheidender Bedeutung und ein absolutes Muss für alle, die effizient arbeiten und ihre Kunden besser verstehen wollen. Das bloße Sammeln von Daten reicht jedoch nicht aus. Die Betreiber müssen diese Daten auch richtig interpretieren und ihre Abläufe entsprechend anpassen. Erst das Zusammenspiel aus Daten, Verständnis und konkretem Handeln schafft einen echten Mehrwert.

10. Ja, Coges und Vendon werden auf der Vendtra 2026 definitiv vertreten sein, die Planung läuft bereits.

11. Es sollte mehr Klarheit und Standardisierung bei den Anforderungen zur Fiskalisierung geben. Derzeit hat jedes Land eigene Regeln, was für Lösungsanbieter und Betreiber unnötige Komplexität schafft.

Tobias Lange, REPA

Tobias Lange REPA

1. 2025 war ein Jahr des stabilen Wachstums mit moderatem Marktwachstum. Gleichzeitig blieben der Margendruck durch Rohwaren und Energie spürbar.

2. Besonders wachstumsstark waren im vergangenen Jahr die Bereiche *„Refrigerated/Fresh Food“* und Micro-Markets. Die Nachfrage nach frischen und gesünderen Angeboten stieg vor allem in Büros und Hochschulen deutlich an. Ebenfalls positiv entwickelte sich der Bereich Kaffee und Heißgetränke mit Premiumangeboten, da viele Betriebe ihre Arbeitsplatz-Vending-Lösungen auf Spezialitätenkaffee aufrüsteten. Ein starkes Wachstum verzeichneten auch Smart-Vending-Konzepte sowie Automaten mit IoT- und Telemetrie-Funktionen, da Betreiber gezielt in Effizienzsteigerung investierten. Schwächer bzw. stagnierend zeigte sich hingegen das klassische Geschäft mit konventionellen Süßwarensnacks in herkömmlichen Automaten. Dieser Bereich steht zunehmend unter Druck – einerseits natürlich durch die Substitution mit gesünderen Alternativen, andererseits durch anhaltenden Preisdruck. Unter anderem waren auch sehr große, nicht modernisierte Automatenflotten rückläufig. Hier kam es vermehrt zu Stilllegungen oder zum Austausch ganzer Geräte. Die Gründe für diese Entwicklungen liegen vor allem in einem veränderten Nachfrageverhalten mit Fokus auf Gesundheit und Convenience, in zunehmendem Kostendruck sowie in technologischen Substitutionsprozessen.

3. Edge-Telemetrie und *„Predictive Restocking“* verbreiteten sich im Jahr 2025 deutlich schneller und werden auch künftig weiter wachsen, da sie messbare Kostensenkungen bieten. Subscription- und accountbasierte Zahlungssysteme, etwa Kaffee-Abonnements oder Snack-Credits, wurden in ersten Pilotprojekten erfolgreich getestet und dürften mittelfristig an Bedeutung gewinnen. Ein weiterer stark wachsender Bereich sind nachhaltige Verpackungen und unverpackte Konzepte, die durch steigende Kundenerwartungen und regulatorische Vorgaben angetrieben werden. Zudem nahmen automatisierte Kombi-Units

VR DACH 01-2026.indd 53 18.12.2025 10:02:10

REVIEW PREVIEW

für kalte, warme und frische Produkte sowie modulare Tower an Relevanz zu, da sie eine größere Produktvielfalt ermöglichen und somit für Operator attraktiv sind. Erste Anwendungen im Bereich der KI-gestützten Sortimentsoptimierung konnten bereits im Jahr 2025 beobachtet werden. Dieses Feld besitzt großes Potenzial, insbesondere für die Verbesserung der Margen und eine datenbasierte Produktauswahl.

4. Im Jahr 2026 erwarte ich ein moderates, aber solides Wachstum, das durch Modernisierungsinvestitionen, die Verbreitung kontaktloser Zahlungen, den Rollout von Telemetrie in mittleren Fuhrparks sowie die weitere Verlagerung zu frischen und gesunden Angeboten angetrieben wird. Risiken hierbei sind u.a. Rezessionsängste in einigen Märkten, Energiepreise, regulatorische Änderungen.

5. Insgesamt sehe ich mehr Potenzial im Bereich der Tower. Der Grund dafür liegt klar auf der Hand: Tower-Geräte haben eine höhere SKU-Kapazität und eine modulare Bauweise, die die Kombination von Kalt-, Heiß- und Frischwaren ermöglicht. Zudem eignen sich Tower besser für eine datengetriebene Sortimentsoptimierung und bieten höhere Upsell-Chancen. Table-Top-Geräte bleiben zwar weiterhin wichtig, insbesondere für Büros und kleinere Standorte, da sie eine niedrige Investitionsschwelle haben. Dennoch liegen das skalierbare Wachstum und der Innovationswert eindeutig bei den Tower-Konzepten.

6. Kurzfristig bleibt Indoor das größere und stabilere Marktsegment (Büros, Gesundheitswesen, Einzelhandelsflächen). Mittelfristig sehen wir aber Potenzial im Outdoor-Bereich. Dieses Segment hat ein starkes Opportunitätswachstum (Last Mile, Mobility Hubs, stadtnaher 24/7-Zugang), erfordert aber höhere Investitionen (Witterungsschutz, Sicherheit – Stichwort Vandalismus – und Netzverfügbarkeit) sowie Genehmigungen.

7. Heute gelten mehrere Zahlungslösungen als unverzichtbar. Dazu gehören kontaktlose Kartenleser sowie Mobile-Wallet-Zahlungen wie Apple Pay, Google Pay und andere NFC-basierte Optionen. Auch QR-Code-Zahlungen und In-App-Payment-Lösungen sind wichtig, insbesondere für Abo- oder Account-Modelle. Die Akzeptanz von Bargeld bleibt dort relevant, wo eine lokale Nachfrage besteht, wird jedoch zunehmend zu einem sekundären Faktor. Ergänzend sinnvoll sind Funktionen wie digitale Kassenbons per Fernzugriff, die Integration von Loyalty- oder Account-Systemen, EMV-Online-Terminals (Cloud-POS) sowie eine unkomplizierte Abwicklung im Back-End.

8. Die Bedeutung von Telemetrie ist heutzutage sehr hoch für die Vendingbranche. Sie ist der Schlüssel zu mehr Effizienz, beispielsweise durch Routenoptimierung, eine bessere Kontrolle von Warenbeständen und eine zuverlässige Ausfallüberwachung. Gleichzeitig ermöglicht Telemetrie datengetriebene Entscheidungen auf jeder betrieblichen Ebene. Dabei ist es wichtig, auf Datensicherheit und DSGVO-Konformität zu achten sowie auf eine Standardisierung der Datenformate, um Integrationen zu erleichtern. Zudem sollten skalierbare Plattformen mit robuster Offline-Funktionalität gewählt werden. Klar definierte KPIs wie OTR, Fill-Rate und Uptime sowie ein gezieltes Mitarbeitertraining zur Nutzung der gewonnenen Erkenntnisse sind ebenfalls entscheidend.

9. Zu den Highlights der Vendtra 2025 gehören eine starke Präsenz verschiedener Telemetrie-Anbieter, ein deutlich erkennbarer Fokus auf Nachhaltigkeit durch verpackungsarme Lösungen sowie mehrere Premiummaschinen mit verbesserten Kaffee-Brühtechniken. Besonders interessant waren zudem neue Integrationen von Payment und Loyalty. Auch das Networking mit internationalen Operatoren war ein wichtiger Bestandteil. Insgesamt zeigte die Veranstaltung eine gute Organisation und einen hohen Innovationsgrad.

10. Ja, ich bin schon sehr gespannt auf die Messe in diesem Jahr. Außerdem erwarte ich, dass die Vendtra 2026 noch stärker auf die Implementierung von Lösungen ausgerichtet ist (Scale vs. Concept). Wir werden persönlich aktiv planen, um neue Partner und Best Practices direkt vor Ort zu sichten.

11. Meiner Meinung nach sollten mehrere Themen künftig deutlich stärker priorisiert werden. Dazu gehört zunächst die regulatorische Harmonisierung, beispielsweise bei Verpackungs- und Recyclingregeln über Ländergrenzen hinweg. Ebenso wichtig sind Förderprogramme und Investitionsanreize für die Modernisierung, insbesondere im Hinblick auf Energieeffizienz und CO_2-Reduktion. Ein weiterer zentraler Punkt ist die Standardisierung von Telemetrie-Schnittstellen, um eine bessere Interoperabilität zu ermöglichen. Darüber hinaus braucht es klare Leitfäden zu Datenschutz und Compliance speziell für die Vending-Branche, etwa für ein DSGVO-konformes Datensammeln. Auch Weiterbildungs- und Qualifikationsprogramme für Operatoren sollten stärker in den Fokus rücken, insbesondere in den Bereichen digitales Flottenmanagement und Verkaufskonzepte. Schließlich wäre eine EU-weite Unterstützung beim Marktzugang für kleine und mittlere Betreiber sehr hilfreich, etwa in Form von Exporthilfen, Messeförderungen oder rechtlicher Beratung.

VR DACH 01-2026.indd 54 18.12.2025 10:02:19

2025 2026

Gabriel Kämmerer, Herbert Kämmerer & Söhne GmbH

Gabriel Kämmerer, Herbert Kämmerer & Söhne GmbH

1. Das Jahr 2025 war alles in allem sehr verhalten. Die zweite Jahreshälfte war darüber hinaus durch mehrere Betriebe mit Entlassungen geprägt.

2. Der Verkauf ist im Jahr 2025 nicht gewachsen. Deutlich zugelegt hat hingegen der Bereich Wartungen und Reparaturen. Die Gründe dafür liegen auf der Hand: der bestehende Investitionsstopp.

3. Nicht neu, aber weiterhin klar wachsend, sind die Bereiche Milchalternativen und Coldbrew. Beide Kategorien verzeichnen seit einiger Zeit eine kontinuierliche Nachfragezunahme, und dieser Trend setzt sich auch aktuell spürbar fort.

4. Für das Jahr 2026 erwarten wir in etwa die gleiche Entwicklung wie 2025. Wachsen wird dabei vor allem der Anteil günstiger Geräte aus China.

5. Ich sehe definitiv viel Potenzial im Bereich Table-Top, da die Handhabung für Operatorn einfacher ist als bei Tower-Geräten.

6. Wir sehen insgesamt größere Marktchancen für Indoor statt für Outdoor. Auf diesen Bereich fokussieren wir uns daher auch verstärkt.

7. Bargeldlos ist für uns ein wichtiger Bereich und spielt in unseren Überlegungen eine zentrale Rolle. Darüber hinaus haben wir aktuell keinen klaren Favoriten und werden versuchen, eine Monokultur zu vermeiden.

8. Die Bedeutung der Telemetrie wächst stetig. Dabei sollte man darauf achten, dass die Telemetrie auch genau das leisten kann, was man benötigt. Diese Anforderungen können von Betrieb zu Betrieb mitunter sehr unterschiedlich sein.

9. Leider musste ich den Besuch der Vendtra kurzfristig absagen, was ich sehr bedauert habe.

10. Ja, ich blicke sehr gespannt auf die Vendtra 2026 und habe diese fest eingeplant.

11. Wir wünschen uns gleiche Rahmenbedingungen für alle Marktteilnehmer.

Willem Holthuijssen, GeHo Nahrungsmittel

Willem Holthuijssen, GeHo Nahrungsmittel

1. Alles in allem war 2025 besser, als wir es zu Beginn des Jahres erwartet hatten.

2. Die Wirtschaft in Deutschland läuft momentan generell etwas schleppend, vor allem in der Autoindustrie. Daher bauen viele Betriebe Arbeitsplätze ab. Wo keine Menschen arbeiten, wird auch keine Betriebsverpflegung in Form von Snackautomaten benötigt. Hier muss sich dringend etwas ändern. Andernfalls sieht es für die nahe Zukunft sehr schlecht aus, wenn Sie mich fragen.

4. Wenn ich ehrlich bin, sehe ich keine sonderlich guten Entwicklungen. Ich erwarte, dass das Jahr 2026 deutlich schwieriger wird als die Vorjahre. Leider macht die Industrie, was sie will, und erhöht ständig die Preise. Mittelständler wie wir, unsere Kunden und die Endkonsumenten sind dabei leider immer die Leidtragenden.

9. Die Kontakte auf der diesjährigen Vendtra waren sehr gut und insgesamt durchweg positiv. Besonders der persönliche Austausch war für uns sehr wertvoll. Die vorherige Halle hat uns persönlich zwar etwas besser gefallen, insbesondere in Bezug auf das Catering. Dort gab es für Besucher und Standbesitzer die Möglichkeit, etwas zu essen zu kaufen. Wir hoffen, dass dies in den nächsten Jahren wieder möglich sein wird. Der Zeitpunkt der Messe ist aktuell außerdem mit hohen Hotelpreisen verbunden. Langfristig wäre vielleicht auch ein etwas zentralerer Standort in Deutschland eine interessante Option.

Dirk Böhmer, Phönix Automaten

1. Die Umsätze stiegen im Jahr 2025 kontinuierlich an, allerdings stiegen auch die Kosten. Um den Gewinn zu steigern, ist es wichtig, hier eine Balance herzustellen. Wir sollten uns auf weiter steigende Kosten in den Bereichen Personal, Einkauf und Gebühren vorbereiten.

2. Im Segment Heißgetränke und Snacks wuchsen unsere Umsätze überdurchschnittlich. Im Kaltgetränkesegment gingen

VR DACH 01-2026.indd 55 18.12.2025 10:02:29

REVIEW PREVIEW

Dirk Böhmer,
Phönix Automaten

sie zurück. Bei den Umsätzen mit Kaltgetränken machten sich die Wasserspender bemerkbar.

3. Ein Trend ist, dass die großen Anbieter merken, dass ein regionaler Dienstleister flexibler und somit auch gefragter ist. Der Trend der bargeldlosen Zahlungssysteme setzt sich auch 2025 fort.

4. Höhere Umsätze, höhere Kosten, viele Kundengespräche. Da wir unsere Verkaufspreise anpassen müssen, wird es wohl Diskussionen mit denen geben, die für ihre Mitarbeiter höhere Gehälter fordern.

5. Hier sehe ich keine Unterschiede, der Markt hierfür ist nicht planbar. Zumindest nicht für mich.

6. Im Indoor-Bereich wird der Outdoor-Bereich immer mehr von Regularien beeinflusst werden.

7. Kartenzahlung sollte als Standardausrüstung fokussiert werden, da die Bargeldentsorgung bald teurer ist als die Gebühren für Kartenzahlung. Hinzu kommt, dass man das Bargeld nicht auch noch versichern und lagern muss. Mein Traum ist es, dass man irgendwann keine Wechselgelder mehr in den Automaten vorhalten muss. Das Geld ist auf unseren Konten besser aufgehoben. Hat sich schon einmal jemand darüber Gedanken gemacht? Von Neueinsteigern höre ich auch öfter, dass die Einnahmen so zweimal versteuert werden.

8. Telemetrie wird in Zukunft nicht mehr wegzudenken sein. Allerdings erwarte ich hier auch Regulierungen wie bei Banken. Man sollte die Empfehlungen der Verbände in Betracht ziehen. Hier sollten Standards festgelegt und ein Anforderungskatalog erstellt werden, der natürlich auch von den Verbänden neutral geprüft wird.

9. Es war für mich eine tolle Erfahrung zu sehen, dass die Branche wieder mit einer eigenen Messe punkten kann.

10. Für mich steht schon jetzt fest, die Vendtra zu besuchen.

11. Für mich ist es wichtig, dass Standards erarbeitet und an die Mitglieder weitergegeben werden. Anschließend sollten diese Standards vehement an die Öffentlichkeit weitergegeben werden. Im Jahr 2025 konnten wir leider sehen, was passiert, wenn sich Unternehmen verabschieden und dabei unsere gesamte Branche in Verruf bringen.

Martjin Van Den Hazenkamp, IVA

1. Wir sehen ein herausforderndes Umfeld für die Branche – und möglicherweise auch für die Wirtschaft insgesamt, insbesondere in Europa. Hauptursachen dafür sind die Preissteigerungen, die wir nicht eins zu eins oder nicht schnell genug an unsere Kunden weitergeben bzw. umsetzen können. Hinzu kommen Personalengpässe, die die Situation zusätzlich erschweren und viele Prozesse verlangsamen.

2. Wachstumspotenzial sehen wir vor allem in neuen Segmenten mit neuen Konzepten. Im Bereich Business and Industry stehen viele Unternehmen derzeit unter Druck, insbesondere dort, wo Kunden ihre Belegschaft reduzieren. Genau in solchen Situationen entstehen aber auch Chancen für neue Lösungen und Angebotsformen.

3. Wir sind fest davon überzeugt, dass der Übergang vom klassischen Vending hin zu Unattended Retail unausweichlich ist. Diese Entwicklung ist zwar bereits im Jahr 2025 erkennbar, erfolgt jedoch noch in sehr kleinen Schritten. Wir erwarten jedoch, dass sich dieses Wachstum in den kommenden Jahren deutlich beschleunigen wird.

4. Wie in meinen vorherigen Antworten beschrieben, wird sich der Trend hin zu Unattended Retail weiter verstärken – begleitet von neuen Konzepten, neuen Maschinentypen und neuen Technologien, die den Markt nachhaltig verändern werden.

5. Dies unterscheidet sich stark je nach Land und Segment. In Nordeuropa wurden Tower-Automaten weitgehend zurückgedrängt und wir gehen nicht davon aus, dass sie dort wieder an Bedeutung gewinnen werden. Table-Top-Geräte bleiben hier klar bevorzugt. In Südeuropa hingegen haben freistehende Maschinen weiterhin einen soliden Marktanteil und spielen nach wie vor eine wichtige Rolle.

6. Es kommt darauf an, wie die Begriffe *„Indoor"* und *„Outdoor"* definiert werden, denn es gibt viele Graubereiche dazwischen. Befindet sich ein Standort in einer kontrollierten Umgebung, sollte der Fokus eindeutig darauf liegen. Bei reinen Outdoor-Standorten bleibt die Situation hingegen weiterhin herausfordernd.

7. Wir beobachten in vielen Ländern eine weitere Reduzierung des Bargeldanteils sowie das Aufkommen immer neuer Formen elektronischer Zahlungen. Dies wird die klare Richtung

VR DACH 01-2026.indd 56 18.12.2025 10:02:38

2025 2026

Martjin Van De[illegible]kamp, IV[illegible]

sein, in die wir und die gesamte Branche uns weiterentwickeln werden. Auch in diesem Bereich erwarten wir schon bald neue Entwicklungen.

8. Für uns ist es heute selbstverständlich, dass die Verkaufsautomaten online sind. Dabei handelt es sich um Verkaufsstellen und Operator übernehmen in gewisser Weise die Rolle des Personals in diesen Geschäften. Daher müssen die Systeme online sein, damit die Operator ihr Geschäft zuverlässig steuern und überwachen können. Das ist meiner Meinung nach essenziell.

9. Leider hatten wir dieses Jahr keine Zeit für einen Besuch.

11. Die relevanten Themen unserer Branche sind äußerst vielfältig, und ebenso vielfältig sind die Aktivitäten der Verbände. Sowohl der BDV, die EVA als auch der Deutsche Kaffeeverband sind sehr engagiert und setzen sich mit Nachdruck ein. Sei es zu den Themen EUDR, Ladenschlussgesetzgebung, Becherverwendung und diverser Standards oder zur Unterstützung der Vermarkter bei der Mitarbeitergewinnung, -ausbildung und -qualifikation.

Karl-Heinz Blum, Blum Vending

1. Von unseren Berufskollegen hören wir viel von Umsatzrückgängen. Innerhalb unserer Kundschaft ist dies teilweise auch zu beobachten. Andererseits haben sich einige unserer Bestandskunden dieses Jahr weiterhin positiv entwickelt.

2. Die Anzahl der von uns aufgestellten Wasserspender steigt nach wie vor jedes Jahr deutlich an. Ebenso platzieren wir immer häufiger hochwertige Kaffeekonzepte. Dies liegt jedoch zu einem großen Teil daran, dass unser Standardportfolio grundsätzlich nur noch Bohnen beinhaltet, die nach fairen und nachhaltigen Kriterien angebaut und gehandelt werden. Man könnte also auch sagen, dass wir diese Nachfrage selbst erzeugen.

3. Die bargeldlose Zahlung an Automaten mit offenen Systemen (Girokarte, Handy-Payment etc.) nimmt zu. Dieser Trend wird sich unserer Meinung nach noch weiter verstärken, sodass Bargeld auf kurz oder lang immer mehr an Bedeutung verlieren wird.

4. Im kommenden Jahr werden wir uns sehr stark darauf fokussieren, unser jetziges Niveau zu halten. Dies wird uns einiges abverlangen, da wir davon ausgehen, dass auch innerhalb unserer Bestandskundschaft die Umsätze zurückgehen werden. Ergo müssen wir wachsen, um stabil zu bleiben.

Karl-Heinz Blum, Blum Vending

5. Wachstum und neue Kundschaft erreichen wir fast ausnahmslos im Bereich Table Top. Standgeräte werden innerhalb der Bestandskundschaft ausgetauscht, wobei eher selten etwas Neues hinzukommt.

7. Ganz klar: Cashless, bevorzugt Open Loop, je nach Projektanwendung auch Closed Loop.

8. Unserer Einschätzung nach wird im Lauf der nächsten fünf bis zehn Jahre kein seriöser Operator mehr ohne Telemetrie agieren können. Es ist dringend darauf zu achten, dass (wie für mittlerweile einige relevante Aspekte des Unternehmertums) eine Art *„Notfallplan“* für den Totalausfall des Systems vorhanden sein muss. Darüber hinaus kann jedes Telemetriesystem nur so gut sein, wie die Menschen, die es einrichten, pflegen und bedienen. Wer hier spart, spart am falschen Ende.

Pit Lindner, CCV

1. Gesamtwirtschaftlich war das Jahr 2025 von Kostendisziplin geprägt. Im Vending-Bereich sehen wir dennoch stabile Rahmenbedingungen und weiterhin gute Wachstums- und Entwicklungspotenziale.

2. Kaffee und Heißgetränke bleiben der wichtigste Treiber für den deutschen Markt. Dabei nimmt die Nachfrage nach hochwertigem Kaffee weiter zu, während Instant-Lösungen an Bedeutung verlieren. Gleichzeitig wächst das Segment der Frischeprodukte deutlich. Es wird von gestiegenen Qualitätsansprüchen und dem Wunsch nach attraktiveren Sortimenten getragen.

VR DACH 01-2026.indd 57 18.12.2025 10:02:47

REVIEW PREVIEW

Pit Lindner, CCV

3. Bargeldloses Bezahlen entwickelt sich zunehmend zum Standard. Parallel dazu gewinnen Apps und digitale Services an Relevanz, da sie Komfort, Kundenbindung und zusätzliche Funktionen am POS ermöglichen.

4. Konzepte wie Smart Vending und Micro-Markets bleiben in diesem Jahr voraussichtlich zentrale Trendthemen, insbesondere durch die Kombination aus Convenience und digitaler Steuerung. Zusätzlich könnte das Thema Mehrweg und nachhaltige Verpackungslösungen im Jahr 2026 noch stärker in den Fokus rücken.

5. Wir sehen mehr Entwicklungspotenzial bei Table-Top-Systemen, vor allem dort, wo hochwertige Kaffeegetränke gefragt sind. Durch gezielte Platzierung und ein modernes Konzept lassen sich diese Lösungen sehr gut in unterschiedliche Umgebungen integrieren.

6. Beide Bereiche bieten Marktchancen. Insgesamt erwarten wir im Indoor-Segment etwas mehr Dynamik, da Frequenz, Nutzungssituation und Sortimentsmöglichkeiten dort häufig planbarer sind.

7. Cashless Payment sollte heute zur Grundausstattung gehören, da Kunden flexibel entscheiden möchten, wie sie bezahlen. Android-basierte Zahlungssysteme werden zudem attraktiver, weil sie Individualisierung, Erweiterbarkeit und zusätzliche digitale Funktionen erleichtern.

8. Telemetrie ist ein wichtiger Hebel zur Effizienzsteigerung: Sie unterstützt eine bessere Planung, reduziert Leerfahrten und verbessert die Warenverfügbarkeit. Darüber hinaus ermöglicht sie datenbasierte Entscheidungen bis hin zu dynamischen Preis- und Sortimentsstrategien.

9. Die Vendtra war erneut sehr gut organisiert und bot zahlreiche Möglichkeiten zum Austausch. Besonders positiv waren der starke Networking-Charakter und die hohe Dichte an für uns relevanten Kontakten.

10. Ja, wir freuen uns bereits auf die Vendtra 2026, bei der CCV auch im kommenden Jahr wieder mit einem Messestand vertreten sein wird.

Christian Gecer, Carogusto

Christian Gecer, Carogusto

1. 2025 war ein Jahr, in dem die Branche spürbar an Stabilität gewonnen hat. Kunden investieren wieder, allerdings gezielt in Lösungen, die Personalengpässe abfedern und eine planbare Qualität gewährleisten. Wir sehen einen klaren Shift hin zu smarten, skalierbaren Warmverpflegungssystemen besonders in Hotels, Offices, der Verkehrsgastronomie sowie der Freizeit- und Handelsgastronomie.

2. Hotels, Büros, die Verkehrsgastronomie sowie die Freizeit- und Handelsgastronomie konnten 2025 deutlich zulegen. Auch die Betriebsgastronomie zeigt zunehmendes Interesse an flexiblen Plug-and-Play-Lösungen, um Spitzenzeiten abzufedern. Weniger Dynamik sehen wir bei klassischen Kantinenmodellen ohne Automatisierung – sie sind zu kosten- und personalintensiv und zu wenig flexibel. Der Trend geht eindeutig in Richtung einfacher, verlässlicher Systemlösungen.

3. Der Trend zu warmen, vollwertigen Mahlzeiten im Selbstbedienungsumfeld hat sich 2025 enorm verstärkt. *„Warm in 60 Sekunden“* ist kein Gimmick mehr, sondern ein echter Produktivitätsfaktor. Hinzu kommen Nachhaltigkeit durch Portionierung, weniger Lebensmittelverschwendung und die wachsende Akzeptanz hochwertiger Convenience-Gerichte. Wir erwarten, dass sich diese Trends weiter beschleunigen werden.

4. Im Jahr 2026 werden sich die Bereiche OOH-Verpflegung, Smart Kitchen und Vending sichtbar annähern. Entscheider suchen nach Lösungen, die ohne Küche, ohne Fachpersonal und ohne operativen Aufwand funktionieren. Systeme wie SiSiSi, die Hardware, Food und Services aus einer Hand bieten, werden zum neuen Standard.

5. Wir sehen hier ganz klar das Potenzial bei Table-Top. Der Qeamer zeigt, wie stark die Nachfrage nach kompakten Plug-and-Play-Geräten mit 230 Volt und minimalem Platzbedarf steigt. Operator wollen flexibel bleiben und keine großen Strukturen schaffen. Das Table-Top-Segment verzeichnet die höchsten Wachstumsraten.

VR DACH 01-2026.indd 58 18.12.2025 10:02:57

2025 2026

6. Warmverpflegung ist ein Qualitätsversprechen und Indoor-Standorte bieten die besseren Voraussetzungen hinsichtlich Hygiene, Temperaturführung und Frequenzplanung. In den Bereichen Hotels, Büros, Bildung und Healthcare entstehen aktuell die nachhaltigsten Geschäftsmodelle.

7. Kontaktlos, schnell und barrierefrei – das ist der Standard. Kartenterminals für NFC, Apple Pay, Google Pay sowie integrierte Wallet- und Smart-Fridge-Payments setzen sich durch. Betreiber wollen keine Insellösungen mehr, sondern Systeme, die *„einfach funktionieren"* und zentral verwaltet werden können.

8. Telemetrie ist kein Zusatzfeature mehr, sondern betriebswirtschaftlich relevant. Operator möchten Verkaufsdaten, Rotationen, Temperaturinformationen und Füllstände in Echtzeit einsehen können. Wichtig ist, dass die Telemetrie zuverlässig, datenschutzkonform und operativ nutzbar ist. Reine Datensammlungen schaffen keinen Mehrwert.

9. Die Vendtra 2025 hat eindeutig gezeigt: Warmverpflegung wird im Vending-Bereich zum strategischen Wachstumstreiber. Das Interesse an unserer Swiss QuickSteam Technology war enorm. Besonders beeindruckend war, wie viele Operator bereits ganz konkrete Einsatzszenarien im Kopf hatten – von der Hotelbar bis zur Mikrokantine im Büro.

10. Ja, absolut. Wir bereiten uns intensiv vor. Der Wunsch nach skalierbaren, hochwertigen Verpflegungskonzepten war noch nie so groß wie jetzt. Die Vendtra in München ist dafür die ideale Plattform.

11. Wir wünschen uns ein stärkeres Engagement bei den Themen Automatisierung, nachhaltige Verpflegungskonzepte und Standardisierung. Die Branche braucht klare Rahmenbedingungen, wenn es um smarte Warmverpflegung, Energieeffizienz und neue Betriebsmodelle geht. Hier können Verbände einen wichtigen Beitrag leisten.

Torben Dankers, Card4Vend

1. Das Jahr 2025 war von spürbaren Herausforderungen geprägt. Die stark gestiegenen Preise für Kaffee und kakaohaltige Produkte mussten an die Kunden weitergegeben werden – ein sensibler Prozess. Gleichzeitig veränderte sich das Konsumverhalten weiter, sodass Flexibilität bei Sortiment und Produktplatzierung an den Automaten wichtiger denn je wurde. Die Nachfrage nach Kartenzahlung nimmt kontinuierlich zu, während die Kosten für die Entsorgung von Hartgeld weiter steigen. Die Anzahl der Automaten dürfte sich hingegen kaum verändert haben.

2. Wachstum sehen wir weiterhin im Healthcare-Bereich sowie bei Automatenlösungen, die als Ersatz für klassische Kantinen dienen. Viele Unternehmen möchten ihren Mitarbeitenden rund um die Uhr warme Verpflegung bieten, können dies jedoch nicht mehr über eine eigene Kantine abdecken. Automatenlösungen schließen diese Lücke effizient.

Torben Dankers, Card4Vend

3. Im Out-of-Home-Markt sind in den vergangenen zwei bis drei Jahren zahlreiche neue Anbieter entstanden, die Outdoor-Automaten an attraktiven Standorten platzieren. Dabei lösen sich viele vom klassischen Snack- und Getränkeportfolio und setzen auf trendige Produkte für eine jüngere Zielgruppe. Parallel dazu wächst das Segment regionaler Anbieter – insbesondere Landwirte und Metzgereien –, die ihre Automaten mit saisonalen und lokalen Produkten bestücken und stetig neue Standorte erschließen.

4. Die fortschreitende Digitalisierung wird die Branche weiter prägen. Kartenzahlung und Telemetrie werden sich weiter durchsetzen und das Hartgeld zunehmend in den Hintergrund drängen.

6. Beide Kategorien haben klare Mehrwerte. Indoor-Lösungen etablieren sich zunehmend als moderner Kantinenersatz, insbesondere mit frischen Mahlzeiten. Outdoor-Systeme hingegen dienen als flexible Nahversorger und ermöglichen eine breite Versorgung rund um die Uhr.

7. Akzeptanz von Girocard- und Kreditkarten ist definitiv steigend. Die Nutzungszahlen zeigen deutlich, dass Kartenzahlung heute bevorzugt wird. Für Betreiber bietet sie große Vorteile: schnellere Liquidität durch Auszahlung innerhalb von ein bis zwei Banktagen, weniger gebundenes Kapital im Automaten sowie sinkende Risiken durch Bargeldschwund oder Aufbrüche.

8. Telemetrie ist heute ein zentraler Bestandteil im professionellen Operating. Sie ermöglicht Transparenz über Füllstände, Störungen sowie Verkaufsentwicklungen und erlaubt dadurch ein wesentlich effizienteres Arbeiten. Auch in der Buchhaltung entstehen große Erleichterungen, da alle relevanten Daten digital vorliegen und einfach weiterverarbeitet werden können.

VR DACH 01-2026.indd 59 18.12.2025 10:03:05

REVIEW PREVIEW

9. Die Vendtra 2025 war für uns sehr erfolgreich. Wir konnten über beide Messetage hinweg sowohl viele Bestandskunden als auch zahlreiche neue Interessenten begrüßen, die sich über unsere Lösungen im Bereich Kartenzahlung informierten. Zudem bot die Messe eine hervorragende Plattform zum Netzwerken.

10. Wir freuen uns sehr auf die Vendtra 2026. Aktuell warten wir noch auf Details zu Termin und Veranstaltungsort.

11. Das Thema kommunale Verpackungssteuer beschäftigt derzeit die gesamte Branche. Hier ist eine starke und koordinierte Lobbyarbeit entscheidend – national wie auch europäisch – die über möglichst viele Kanäle vorangetrieben werden sollte.

Thomas Porschen, BWT water + more

1. Die aktuellen Marktinformationen lassen keine besonders positiven Prognosen erwarten. Die Konjunktur deutet auf eine Stagnation bis hin zu einem rückläufigen Trend hin. Dieser wird durch Entlassungen in den unterschiedlichsten Bereichen zusätzlich gefördert. Diese Entwicklung hat auch Einfluss auf die Vendingbranche. Trotz der derzeitigen Herausforderungen gibt es mehrere Entwicklungen, die das Wachstum der Branche stützen könnten. Einerseits bleibt die Arbeitswelt zunehmend hybrid, wodurch der Bedarf an flexiblen Lösungen wie Automaten und Micro Markets anstelle traditioneller Kantinen steigt. Darüber hinaus treibt der anhaltende Personalmangel in der Gastronomie und im Einzelhandel die Automatisierung voran. Besonders in ländlichen Regionen wächst die Nachfrage nach einer Rund-um-die-Uhr-Versorgung, während bargeldlose und mobile Zahlungssysteme sich als neue Norm etablieren und somit die Kaufbereitschaft der Kunden erhöhen.

2. Das Thema Wasserspender gewinnt zunehmend an Relevanz und rückt immer mehr in den Fokus der Kunden. Lösungen wie Public und Outdoor Markets sind nach wie vor wichtig, scheitern jedoch oft an städtischen Vorgaben und lokalen Beschränkungen. Das Segment der Micro Markets hat erheblich an Bedeutung gewonnen. Hervorzuheben ist die zunehmende Zahl erfolgreicher Projekte, die als Best-Practice-Beispiele dienen.

3. Der Trend zu Micro-Markets, also offenen Mini-Kantinen ohne Personal, ist zwar nicht neu, aber weiterhin auf dem Vormarsch. Zunehmend finden diese Lösungen, ebenso wie *„Smart Fridge"*-Kühlschränke mit Technologien wie RFID und Computer Vision, nicht mehr ausschließlich in großen Firmen, sondern auch in mittelständischen Unternehmen Anwendung. Weitere bedeutende Entwicklungen umfassen die verstärkte Nutzung KI-gestützter Auswertungen, etwa durch Sortimentsanalysen, Remote-Füllstandsmeldungen, automatisierte Tourenplanung und dynamische Preisoptimierung je nach Tageszeit. Diese Technologien bieten enorme Wachstumschancen.

Thomas Porschen, BWT water + more

4. Der Markt für Wasserspender wird auch in den kommenden Jahren weiter wachsen. Dies ist vor allem auf die ständige Verfügbarkeit und die Kostenvorteile bei der Versorgung der Mitarbeitenden mit Getränken zurückzuführen. Zudem wird die KI-Technologie zunehmend an Bedeutung gewinnen. Sie wird nicht nur dazu beitragen, Umsatzpotenziale besser auszuschöpfen, sondern auch die Effizienz von Prozessen erheblich steigern.

5. Unserer Einschätzung nach liegt das größere Entwicklungspotenzial eindeutig im Bereich der Table-Top-Lösungen. Diese sind im Vergleich zu Tower-Geräten leichter zu handhaben und bieten eine höhere Flexibilität für Operator und Nutzer.

6. Wir sehen mehr Marktchancen im Indoor-Bereich. Bei Outdoor-Geräten scheitert es oft an den örtlichen städtebaulichen Vorgaben.

7. Wie aus dem privaten Bereich bekannt, erweisen sich bargeldlose Zahlungssysteme als bequem. Der kontinuierliche Rückgang der Nutzung von Geldautomaten unterstreicht den unaufhaltsamen Trend hin zu bargeldlosen Transaktionen. Besonders in der Vending-Branche sorgen diese Zahlungsmethoden für eine einfache und effiziente Abwicklung von Zahlungen.

8. Telemetrie gewinnt zunehmend an Bedeutung, da sie Unternehmen dabei unterstützt, ihre Geschäftsprozesse zu optimieren und schneller auf Marktveränderungen zu reagieren. Wichtiger als die bloße Nutzung von Telemetrie-Daten ist jedoch der kritische Umgang mit den Informationen. Es gilt, die richtigen Hilfsmittel zu nutzen, jedoch nicht blind auf die Daten zu vertrauen. Der Einsatz von KI-Technologien kann hier zusätzlich zur Effizienzsteigerung und Wettbewerbsvorteilen beitragen.

9. Die Vendtra 2025 war insgesamt eine sehr gelungene und kompakte Messe. Sie ermöglichte es, sich optimal auf die wesentlichen Themen des Kerngeschäfts zu konzentrieren. Zwar

VR DACH 01-2026.indd 60 18.12.2025 10:03:15

2025 2026

gibt es noch eine Vielzahl weiterer Messen, die das Vending-Business thematisieren – wie zum Beispiel die Venditalia, die Intergastra oder die VIA-Tage –, jedoch war die Vendtra durch ihre fokussierte Ausrichtung besonders wertvoll. Zu meinen persönlichen Highlights zählten wie immer die Networking-Events, die den Austausch mit Partnern und Kunden förderten.

10. Ja, wir freuen uns bereits auf die Vendtra 2026 und werden auch wieder, als Aussteller vertreten sein.

11. Hierzu möchten wir anmerken, dass eine verstärkte Lobbyarbeit in Bezug auf rechtliche und bürokratische Hürden im öffentlichen Raum sowie eine stärkere Förderung von Innovationen durch Verbände auf europäischer Ebene wünschenswert wären. Zudem erhoffen wir uns mehr Unterstützung bei der Schaffung von Standards für neue Technologien und der Vereinheitlichung regulatorischer Anforderungen in den verschiedenen Märkten.

Bernd Enser, Sielaff GmbH & Co. KG Automatenbau Herrieden

1. Bei den *„klassischen Automatenlösungen“* verschärfen sich die Probleme nicht nur durch gestiegene Energiekosten, den internationalen Wettbewerb und den Recyclingvorstellungen von Städten und Gemeinden. Hier sind Lösungen gefragt, kreatives Denken und vorausschauendes Handeln. Unsere Prognose, die sich auf Kundenfeedback und die allgemeine wirtschaftliche Marktdiskussion stützt, zeigt relativ wenig Signale für einen deutlichen Aufwärtstrend. Der Markt zögert, große Kunden setzen eher auf einen verstärkten Service und weniger auf Neuinvestitionen. Dementsprechend hat sich unser Geschäftsbereich Service sehr gut entwickelt. Gefördert wurde dies auch durch verschiedene strategische Maßnahmen, wie z.B. die Möglichkeit Ersatzteile über die Website zugänglich zu machen.

2. Direktvermarkter, Automaten-Shops, Terminallösungen und intelligente Main-Worker-Zusammenstellungen, das waren im Vending 2025 Themen, die uns überall begegneten. Partnerschaften zwischen Operatorn und Anbietern sorgen für neue Kombinationen und zukunftsweisende Fusionen. Micromärkte werden zu einer innovativen Weiterentwicklung des klassischen Vending und die Bandbreite der Produkt-Angebote aus den Vendingautomaten wird immer größer. Sielaff setzt auf neue intelligente Anwendungen, um die seit 2024 schwächelnde Konjunktur auszugleichen.

3. Ein eindeutiger Vendingtrend 2025 ist nicht zu erkennen. In Zeiten von Digitalisierung, steigenden Kosten und regulatorischen Herausforderungen im Umweltbereich braucht es mentale Stärke und Innovationsfreude. Wir bauen unsere Kompetenzen weiter aus – im Bereich Vending und im Bereich der Rücknahmesysteme. Unser ökologischer *„Fußabdruck“* war in beiden Bereichen schon immer so klein wie möglich. Die Langlebigkeit unserer Produkte, moderne und effiziente Produktionsabläufe, all das spiegelt unsere Unternehmenskultur wider und zeigt sich auch in unserer CO_2-Bilanz über die Jahre.

Berd Enser, Sielaff

4. Die Recycling-Kreisläufe werden immer besser, die Kreislaufwirtschaft wird weiter gefördert und es ist eine zunehmende Beteiligung der Verbraucher, ob freiwillig (ohne Pfand) oder eher staatlich verordnet (mit Pfand) zu erwarten. Gerade die Gruppe zwischen 20 und 30 Jahren erwartet hier pragmatische Lösungen. Die Jüngeren sind auch bei Online- und Social Media-Lösungen dabei, die älteren Menschen wollen bezahlbare und auch einfache Anwendungen. Am besten gleich im Supermarkt. Drei unterschiedliche Ansätze, die intelligent vereint werden sollten. Die Vielfalt der Mehrweggebinde ist eine Herausforderung für eine sichere Rücknahme, hier fehlt noch eine regulative, am besten europaweite Standardisierung.

5. Das hängt von der Bedarfsanalyse des Kunden ab und auf welche Features Wert gelegt wird. Sielaff kann in beiden Marktsegmenten punkten, mit der Siamonie-Serie und den Heißgetränkeautomaten der SiVend- und SiLine-Linien. Während die TableTop eher als Einzelgeräte Büros und Wartebereiche versorgen, können die Heißgetränke-Standgeräte in eine Station eingeplant werden. Sie sind damit bei einer Vollversorgung von Kantinen und Betrieben im Vorteil. Beide Varianten punkten bei Sielaff mit einer Vielfalt von frischen Bohnen und Instantprodukten, je nach Modell mit bis zu zwei Mühlen. Die Wassertemperatur, der Mahlgrad, Frischmilch und das Bezahlsystem: So individuell wie die Anforderungen ist unser Angebot. Auch hier spielt das Thema Recycling und Umwelt eine große Rolle. Bei TableTop gibt es schon immer die Möglichkeit, die eigene Tasse zu nutzen und bei unseren Heißgetränke-Standgeräten zusätzlich

VR DACH 01-2026.indd 61 18.12.2025 10:03:23

REVIEW PREVIEW

noch die Option Mehrwegbecher zu nutzen. Ob nun TableTop oder ein Standgerät: Entwicklungspotential sehe ich bei beiden Systemen.

6. Das Angebot der Indoorvarianten im Vending begegnet uns in den traditionellen Vendingbereichen. Kantinen, Betriebsversorgung, in öffentlichen Gebäuden, als Maxibar im Hotel. Sowohl im Indoor- wie im Outdoorbereich ist höchstmögliche Sicherheit gegen Beschädigungen und Manipulation gefragt. Dazu kommt noch der sogenannte Public-Bereich, der einen Wetterschutz benötigt. Der Outdoorbereich mit seinen besonderen Anforderungen ist in den letzten Jahren als Nahversorgung oder als Direktvermarkter in den Fokus gerückt. Man findet diese Automaten immer häufiger an gut zugänglichen Außenbereichen und hier ist auch noch Luft nach oben. Der Indoorbereich, besonders im Kaffeesegment, hat durch den Homeoffice Trend an Schwung eingebüßt. Gestiegen ist die Nachfrage an autonomen Versorgungsstationen, Automatenshops und begehbaren Verkaufsstationen im Vending.

7. Auch wenn in Deutschland noch vielfach an der Barzahlung festgehalten wird, ist der Generationenwechsel spürbar. Einfach mit Bankkarte, über das Smartphone oder der Smartwatch bezahlen ist längst Alltag – schnell, kontaktlos und zunehmend unabhängig von Bargeld. Eine aktuelle Umfrage des Digitalverbandes Bitkom unter über 1.000 Personen ab 16 Jahren zeigt, dass 64 Prozent der Deutschen mit dem Smartphone oder der Smartwatch bezahlen. Sielaff-Automaten sind vorbereitet und können alle marktüblichen Zahlungssysteme integrieren. Wir sind dabei die ISO 27001-Zertifizierung unternehmensweit zu etablieren. Der Schutz von Daten, die Überwachung und Verbesserung der Informationssicherheit auf der einen Seite und die wachsenden Risiken zu minimieren, wird von uns sehr ernst genommen.

8. Die REST-API-Schnittstelle unserer SiLine-Serie mit flexibel konfigurierbarer Technologie kann nutzerfreundlich an neue Herausforderungen angepasst werden. Der Operator kann das Produktsortiment per Cloud auf einer externen Plattform pflegen. Er erhält alle Daten des Automaten, wie z.B. Betriebszustand, Füllstand und Umsatz via Telemetrie. Zusätzlich können dynamische Anpassungen des Angebotes vorgenommen werden. Sielaff stellt die Hardware zur Verfügung, der Operator kann den Partner für die Software frei wählen. Das ist uns wichtig.

9. Dass sich die Vendtra als Messe im deutschsprachigen Bereich etabliert hat, war 2025 am neuen Messestandort zu spüren. Fachpublikum und Größe der Messe haben sehr gut gepasst und Sielaff hat sich hervorragend präsentieren können. Für die nächste Vendtra wünschen wir uns eine bessere Versorgung der Messebesucher und Aussteller und auch eine deutlichere Beschilderung wäre wünschenswert. München ist als Messestandort im DACH-Bereich hervorragend geeignet. Ob die Vendtra zeitlich immer mit dem Oktoberfest zusammen fallen muss? Meiner Meinung nach nicht.

10. Im Jahr 2026 stehen für Sielaff zwei große internationale Messen im Fokus, die EuroShop in Düsseldorf für den Retail-Bereich und die Venditalia in Rimini, Italien. Ob wir noch zusätzliche Kapazitäten für die Vendtra Ende September haben, entscheiden wir im Laufe des Jahres.

11. Je enger sich die Verbände zusammenschließen, umso besser kann politisch agiert werden. Sowohl national wie auch europaweit. Sielaff bietet für viele, gerade im Bereich Mehrweg-Verordnungen, die Lösungen an. Wir engagieren uns in den Bereichen Mehrweg und Recycling auf allen Ebenen, bei den Herstellern und in den entsprechenden Gremien. Wünschenswert wäre eine bessere Unterstützung von Operatoren, die das Handling im Bereich Pfandrückgabe stemmen. Schließlich leisten diese einen wichtigen Beitrag zur Versorgung der Bevölkerung und betreten z.B. mit Mehrwegbecherrücknahme etc. wirtschaftliches Neuland. Derzeit liegt der Schwerpunkt der Debatte aber eher noch auf den negativen Aspekten, Stichwort Müll. Hier muss sich etwas auf der Ebene der Entscheider ändern. Der Fokus sollte auf positiven Aktionen liegen, die Lösungen anbieten. Sielaff ist schon sehr lange in dem Bereich aktiv, denn unser Slogan: *„Wer verkauft, sollte auch zurücknehmen können“*, ist seit 1976 gültig. Deutschland führt europaweit im Bereich Recycling, Pfand und mehr. Leider ist Deutschland auch Spitzenreiter im Bereich der Energiekosten, das macht den Unternehmen zunehmend Sorgen und schwächt die Wirtschaft.

Hier wünsche ich mir entschlossene, schnelle Entscheidungen zugunsten des Standortes Deutschland.

Andrea Seitz-Meier,
Automaten Seitz

1. Insgesamt verlief das Jahr 2025 gut. Die Nachfrage nach Automatenversorgung ist weiterhin stabil und klar vorhanden. Allerdings bremsen die allgemeinen Preis- und Lohnsteigerungen die wirtschaftliche Entwicklung und erschweren ein wirklich positives Gesamtergebnis.

2. Die Nachfrage nach Snacks und Zwischenverpflegung steigt kontinuierlich weiter an. Dieser Bereich entwickelt sich

VR DACH 01-2026.indd 62 18.12.2025 10:03:33

2025 2026

Andrea Seitz-Meier,
Automaten Seitz

seit einiger Zeit sehr zuverlässig und zeigt auch 2025 einen klaren Aufwärtstrend.

3. Der wichtigste Trend im Jahr 2025 war eindeutig die öffentliche, bargeldlose Bezahlung über EC- und Kreditkartenterminals am Automaten.

4. Diese Entwicklung wird sich aus meiner Sicht auch 2026 ganz sicher fortsetzen. Die öffentliche, bargeldlose Zahlung am Automaten bleibt ein klares Zukunftsthema.

5. Ob Table-Top oder Tower mehr Potenzial haben, hängt sehr stark vom jeweiligen Kunden, vom Firmenstandort und von der Branche ab. Eine pauschale Aussage lässt sich hier nicht treffen.

6. Zur Frage Indoor versus Outdoor kann ich aktuell keine fundierte Einschätzung abgeben.

7. Wir haben mittlerweile unsere eigene Lösung, Seitz-Cashless. Darüber hinaus eignen sich aber alle offiziellen EC- und Kreditkartenlösungen, die für Händler und Firmenkunden einfach und zuverlässig zu bedienen sind.

8. Telemetrie ist enorm wichtig – sowohl für fundierte Entscheidungen als auch für schnelle Preisumstellungen. Voraussetzung dafür ist jedoch eine sehr genaue und sauber gepflegte Stammdatenbasis, denn sie bildet das Fundament aller Telemetrieprozesse.

9. Die Vendtra 2025 war ein sehr gelungenes Event. Besonders positiv aufgefallen sind mir die vielen Anbieter von Zahlungssystemen sowie die Vielzahl an neuen, teils außergewöhnlichen Füllprodukten.

10. Ja, eine Teilnahme an der Vendtra 2026 wäre aus meiner Sicht auf jeden Fall wieder schön.

11. Der seit Langem angekündigte Bürokratieabbau lässt weiterhin auf sich warten – genau dieser wäre dringend notwendig.

Dennis Reinhardt, Reinhardt Automaten

1. Es war ein schwieriges Jahr für die Branche. Es gab viele Preiserhöhungen – sowohl bei Produkten als auch bei Automaten. Diese waren nicht immer sofort umsetzbar. Außerdem kommen durch die Politik immer wieder neue Themen auf den Tisch, beispielsweise die Verpackungssteuer.

Dennis Rheinhardt,
RHeinhardt Automaten

2. Das Segment leitungsgebundene Wasserspender (inkl. Wartungsservice) ist weiterhin im Wachstum. Dagegen ging der Verkauf von Automaten, egal ob Kaffee-, Snack- oder Kaltgetränkeautomaten zurück.

3. Ein neuer Trend ist der Bau von E-Ladetankstellen, die mit Versorgungsautomaten ausgestattet werden. Der Ausbau des Netzes ist politisch gefordert und bietet die Chance, Automaten aufzustellen und im Operating zu betreiben oder Automaten an Operator zu verkaufen.

4. Ich erwarte aktuell für das Jahr 2026 eine allgemeine Stagnation. Dies betrifft sowohl das Operatinggeschäft als auch das Handelsgeschäft.

5. Der Table-Top-Bereich wird eher wachsen als der Bereich der Standgeräte. Wir sind eine Dienstleistungsgesellschaft mit vielen Büroeinheiten geworden, in der eher Table-Top-Geräte benötigt werden.

6. Der Outdoorbereich wird in gewissen Bereichen sicherlich zunehmen. Dennoch denke ich, dass der Fokus im Indoorbereich liegen wird.

7. Unsere bevorzugten Zahlungsmöglichkeiten an den Automaten sind die Münzzahlung und die Möglichkeit der Kartenzahlung in all ihren Variationen.

8. Telemetrie finde ich sehr wichtig für unsere Branche. Sicherlich gibt es da erst einmal Investitionskosten und viel Arbeit bei der Einrichtung aller relevanten Daten. Allerdings sind auch viele Einsparpotentiale durch die Nutzung vorhanden.

9. Die Vendtra fand ich eine gelungene Veranstaltung mit mehr Besuchern als ich erwartet hatte. Sicherlich gab es auch ein paar kleinere Probleme. Aber das ist meiner Ansicht nach auch völlig normal und bietet die Chance zur Verbesserung.

10. Für die nächste Vendtra ist meinerseits noch nichts festes eingeplant. Jedoch ist ein Besuch dieser Veranstaltung sehr wahrscheinlich.

VR DACH 01-2026.indd 63 18.12.2025 10:03:42

REVIEW PREVIEW

Filip Basic
Franke Coffee Systems GmbH

Filip Basic, Franke Coffee Systems GmbH

1. Die Zukunft bleibt spannend und herausfordernd: Die Branche vereint bewährte Konzepte wie die klassische Automatenstraße mit smarten, innovativen Ideen wie Micro-Markets stärker denn je. Besonders spannend finde ich derzeit die Entwicklung, dass Tradition und Trend miteinander kombiniert werden. Ich beobachte Unternehmen und darf Partner begleiten, die beides sehr geschickt miteinander verbinden und ihre Konzepte erfolgreich am Markt etablieren.

2. In diesem Jahr hat sich gezeigt, dass Investitionsentscheidungen bei großen Unternehmen in Wachstumsphasen zwar mehr Zeit in Anspruch nehmen, jedoch immer häufiger erfolgreich abgeschlossen werden als bei kleineren Betrieben mit begrenzten finanziellen Ressourcen. *„Lieber mal abwarten“* ist dort immer wieder die Devise.

3. Die zunehmende Verbreitung von Self-Scan-Kassen in Supermärkten hat die Akzeptanz für Micro-Märkte gesteigert. Dieser Trend wird sich voraussichtlich weiter fortsetzen, da Unternehmen gleichzeitig ihr Personal effizient einsetzen und eine abwechslungsreiche Ernährung am Arbeitsplatz anbieten wollen. Auch im Bereich der Kaffeespezialitäten nimmt die Vielfalt spürbar zu: Milchalternativen sind längst etabliert und Matcha gewinnt zunehmend an Beliebtheit.

4. Für 2026 erwarte ich ein moderates Wachstum. In Deutschland wird die Entwicklung vor allem von Investitionen und politischen Entscheidungen geprägt sein, während die Weltbühne ihr eigenes Drehbuch schreibt und immer wieder überraschend Einfluss auf unsere Industrie nehmen kann.

5. Hochwertige Table-Top-Lösungen in Kaffeelounges werden zunehmend an zentralen Orten in Unternehmen platziert, um einen Ort des Austauschs zu schaffen und die Kommunikation unter den Mitarbeitenden zu fördern. Diese Entwicklung beobachten wir schon seit einiger Zeit und unsere Kunden berichten von einer erfolgreichen Umstellung ihrer Kaffeeversorgung.

6. Während der Indoor-Verpflegungsmarkt weitgehend ein Verdrängungsmarkt ist, eröffnen sich im Outdoor-Bereich noch immer neue Chancen, die sich geschickt nutzen lassen. Deshalb sehe ich im Outdoor-Segment mehr Wachstumspotenzial.

7. Cashless sollte heute Standard sein. Es vereinfacht den Bezahlprozess und gestaltet damit eine deutlich komfortablere Customer Experience. In Kombination mit einem herstellerübergreifenden Cashback Punktesystem würde den Zahlvorgang noch attraktiver machen.

8. Wenn ich für uns sprechen darf, dann ist Telemetrie, gerade in unserem Service, nicht mehr wegzudenken. Sie gestaltet die Serviceeinsätze deutlich effizienter und ermöglicht unseren Kunden die Auswertung ihrer gesamten Kaffeemaschinenflotte oder einzelner Geräte.

9. Ich habe die Vendra 2025 als ein bereicherndes Branchentreffen empfunden, das mit vielen Innovationen sowohl von vertrauten Ausstellern als auch von neuen Akteuren beeindruckte.

10. Ich bin sehr gespannt auf die Vendra 2026 und werde mir den Termin sofort im Kalender notieren, sobald er bekannt gegeben wird.

11. Ich bin mit der Unterstützung sehr zufrieden und sehe aktuell kein Thema, bei dem ich mich nicht gut unterstützt fühle.

Klaus Eilers, Nielton Unternehmens GmbH

1. Aus den vielen Operatorgesprächen im Jahr 2025 können wir schließen, dass sich die wirtschaftliche Lage leider den Gegebenheiten der Gesamtlage der deutschen Wirtschaft anpasst. Die Umsätze sind oft rückläufig. Dies liegt unter anderem daran, dass die Kunden unserer Operatorkunden Personal abbauen bzw. Insolvenz beantragt haben.

2. Die Segmente Telemetrie und bargeldlose Zahlungssysteme wachsen hingegen nach wie vor. Dies ist darauf zurückzuführen, dass unsere Operatorkunden dadurch in diesen schwierigen Zeiten ihre Umsätze erhöhen und gleichzeitig Kosten einsparen können. Welche Segmente nicht wuchsen, ist eine gute Frage. Warum das so ist? Hierzu möchte ich auf unsere Antwort zu Punkt 1 verweisen.

3. Gerade im Jahr 2025 ist zu beobachten, dass immer mehr Automaten aus China auf den Markt kommen. Dieser Trend wird sich unserer Meinung nach stark weiterentwickeln und ist nicht mehr aufzuhalten. Aktuell entspricht die Qualität noch nicht den

VR DACH 01-2026.indd 64 18.12.2025 10:03:51

2025 2026

Klaus Eilers,
Nielton Unternehmens GmbH

deutschen Anforderungen. Teilweise werden diese Automaten von nicht professionellen Händlern angeboten, wobei das Wort *„Inverkehrbringer“* und die sich daraus ergebenden Rechtsfolgen nicht beachtet werden. Das wird sich ändern und in eine professionelle Händlerstruktur mit besserer Qualität der Automaten dennoch zu sehr günstigen Preisen münden. Es bleibt abzuwarten, welche Auswirkungen dies auf europäische Hersteller haben wird. Ein Vergleich mit der Automobilindustrie ist hier vielleicht passend.

4. Die neue Bundesregierung hat es nicht geschafft, ein positives Aufatmen der Wirtschaft herbeizuführen. Unserer Auffassung nach – und darin sind wir uns mit vielen unserer Operatorkunden einig – wird es 2026 nicht besser werden als 2025. Wir haben ein weiteres schwieriges Jahr vor uns. Wir sehen dies auch daran, dass unsere Verkaufsmandate für Vending-Unternehmen steigen.

5. Wir sehen im Tabletop-Segment das größere Entwicklungspotenzial, da es eine weitaus größere Anzahl potenzieller Kunden gibt als *„Towerkunden“*. Dies hängt jedoch auch von der jeweiligen Ausrichtung des einzelnen Operators ab.

6. Marktchancen haben grundsätzlich beide Segmente. Der Outdoormarkt ermöglicht höhere Verkaufspreise/Margen. Hier ist jedoch das Vandalismusrisiko nicht außer Acht zu lassen.

7. Dies ist individuell je nach Standort des Automaten zu betrachten. Ein Verkaufsautomat, der mit Münzer, Scheinleser und bargeldlosem Zahlungssystem ausgestattet ist, bedient jede Kundengruppe und gewährleistet somit einen Verkauf bei jedem Kunden. Bis auf wenige Ausnahmen ist ein bargeldloses Zahlungssystem nicht mehr wegzudenken. Wir empfehlen immer die Kombination eines bargeldlosen Zahlungssystems mit einem *„echten“* Telemetriesystem. Viele Hersteller von bargeldlosen Zahlungssystemen behaupten, dass sie ein Telemetriesystem anbieten. Oftmals handelt es sich dabei aber nur um ein Dashboard, auf dem Informationen eingesehen bzw. verarbeitet werden können.

8. Telemetrie hat derzeit eine noch größere Bedeutung als in den Vorjahren. Siehe hierzu ebenfalls unsere Einschätzung zu Punkt 7. Wir haben dieses Jahr einige Operator bei Telemetrie-Projekten begleitet, wodurch sich die Geschäftsergebnisse signifikant verbessert haben. Die Voraussetzung ist jedoch, Telemetrie nicht nur zu *„arbeiten“*, sondern sie auch wirklich zu *„nutzen“*. Dies bedeutet die vollständige Nutzung der Telemetrie: Lagerwirtschaft, Integration ins ERP-System bzw. ins Abrechnungssystem, effektive Tourenplanung, Steuerung der technischen Einsätze, Cash-Kontrolle im Automaten, MwSt.-Auswertung 7 %/19 % – um nur ein paar Beispiele zu nennen.

9. Aus zeitlichen Gründen konnten wir die Vendtra 2025 leider zum ersten Mal nicht besuchen, haben aber viel Gutes darüber gehört.

10. Der Besuch für die Vendtra 2026 ist fest eingeplant.

11. Es gibt sicher immer das eine oder andere Thema, das individuell für einen Operator oder für die Branche wichtig ist. Aus unserer Sicht greifen die Verbände diese Themen jedoch gut auf und leisten gute Arbeit! Wir haben jedoch grundsätzlich ein ungutes Gefühl dabei, dass Schulungen oder Seminare, die von Lieferanten durchgeführt werden, für die Mitglieder (Operator) der Verbände kostenpflichtig sind. Dies ist vermutlich notwendig, um die Kostenstruktur der Verbände zu decken. Vielleicht wäre es gut, einmal darüber nachzudenken, ob die jeweiligen Lieferanten diese Kosten übernehmen könnten, denn die Operatoren sind deren Kunden.

Julia Barthels, CCEP

1. Die Vending-Branche befindet sich derzeit in einem stetigen Wandel. Die Anforderungen in Bezug auf Digitalisierung, Bezahlmöglichkeiten und Produktbreite werden lauter, sodass sich der Vending-Markt neu aufstellen muss. Hinzu kommen schwierige Rahmenbedingungen, die von Deindustrialisierung und Homeoffice geprägt sind.

2. Wir beobachten eine verstärkte Nachfrage bei Kategorien wie Cola und Sport. Zudem werden zuckerfreie Produkte vor allem von der Gen Z bevorzugt. Auch 2026 werden wir diesen Trend aufnehmen und Innovationen auf den Markt bringen, wie beispielsweise die Coca-Cola Zero Koffeinfrei in der 0,33 l Dose und die Sprite Zero in der 0,5 l Einwegflasche.

3. Wir sehen den Trend zu 24/7-Shops, aber auch eine Aufbereitung der vorhandenen Geräte, besonders in Bezug auf Modernisierung der Automaten. In Bezug auf Getränke sehen wir in

VR DACH 01-2026.indd 65 18.12.2025 10:04:00

REVIEW PREVIEW

Julia B
CC

Infused Water großes Potenzial. In dieser Kategorie haben wir 2025 mit Powerade Active Water einen starken Start hingelegt und werden dies 2026 weiter forcieren. Um diese Trends zu testen, eignen sich Innovationsschächte, die in wechselndem Turnus mit neuen Produkten belegt werden. Innovationen dienen im Operator-Business als zusätzlicher Impuls für Spontankäufe und steigern die Frequenz.

4. Wir sehen den Automaten oftmals als einzige Versorgungsmöglichkeit vor Ort, da die Betriebsverpflegung rückläufig ist. Dadurch steigen auch die Anforderungen an den typischen Vending-Automaten. Der Endkonsument wünscht einen vermehrten Einsatz von Glasfront-Automaten. Der Automat dient demnach nicht mehr nur als Ergänzung, sondern teilweise als Hauptversorgungsquelle für die Mitarbeiter. Parallel dazu wird der stetig wachsende Anteil an Wasserspendern als Herausforderung gesehen.

5. Mit Table-Top-Geräten können mehr Stellen abgedeckt werden, jedoch sind diese wartungsintensiver als Tower-Geräte. Beides hat sein Pro und sein Kontra.

6. Wir sehen im Outdoor-Geschäft eine Möglichkeit, je nach Standort Zusatzvolumen zu generieren. Gerade in aktuell herausfordernden Zeiten kann dies eine neue Perspektive für den Betreiber sein, um sein Geschäft weiter auszubauen.

7. Je nach Aufstellort muss situativ entschieden werden. In Bildungseinrichtungen oder im öffentlichen Raum ist es beispielsweise sinnvoll, mit bargeldlosen Systemen zu arbeiten. Im klassischen Betriebsmarkt oder in Pflegeeinrichtungen ist es hingegen immer noch gewünscht, ebenso mit Kleingeld zu bezahlen. Um bei Ausschreibungen wettbewerbsfähig zu sein, muss das vom Kunden gewünschte geschlossene Zahlungssystem angeboten werden. Mittlerweile gibt es einige Cashless-Module, die keine kostenintensive Infrastruktur (Aufwerter, Gastkartenaufwerter etc.) benötigen.

8. Telemetrie ist meiner Meinung nach der Schlüssel für eine erfolgreiche Bestückung des Automaten. Durch das Auslesen der einzelnen Produkte erkennt man schnell die profitablen *„Schnelldreher"*. Dieses Produktranking sollte man ebenso für einen Category-Management-Ansatz nutzen, um entsprechende Planogramme zu generieren. Neben der Potenzialerschließung dient es auch der dynamischen Tourenplanung und somit dem effizienten Einsatz von Mitarbeitern.

9. Die Vendtra gibt immer wieder aufschlussreiche Impulse für das Operator-Business. Es werden branchenspezifische Einblicke geteilt und neue Trends gesetzt. Die Impulsvorträge regen zusätzlich dazu an, sich mit den aktuellen Themen auseinanderzusetzen. Auch wir von Coca-Cola durften dieses Jahr einen Vortrag über die Frequenzsteigerung am Automaten halten.

10. Ich freue mich schon sehr auf die Vendtra 2026 und die damit verbundenen Neuheiten und Trends im Operator Geschäft. Der Messebesuch ist selbstverständlich bereits geplant.

11. Was die Marketingaktivierungen am Automaten betrifft, stehen wir noch ziemlich am Anfang. Hier sollten wir gemeinsam voneinander und miteinander lernen. Interessant wäre der Austausch über gut funktionierende Aktionen, aber auch darüber, welche Promotion-Mechaniken überhaupt geeignet sind.

Efkan Buruk, Kuchenmeister

1. Die Vending-Branche entwickelt sich weiterhin positiv. Insbesondere innovative Automatensysteme an unterschiedlichsten Standorten, etwa als Ersatz für klassische Kantinen in Krankenhäusern oder als moderne Alternative zu traditionellen Kiosken, tragen zu dieser positiven Entwicklung bei. Zudem etabliert sich Vending zunehmend als ergänzender Vertriebskanal, wodurch die Akzeptanz gegenüber Automaten steigt – auch im Premium- und Frischebereich, etwa durch Smart Stores. Ein starker Wachstumstreiber ist der ländliche Raum, in dem immer häufiger kleine Automatenlösungen als Nahversorger auftreten und eine breite Produktpalette bieten. Darüber hinaus reagieren Unternehmen und Einrichtungen verstärkt auf den Fachkräftemangel, indem sie Automatenlösungen implementieren. Sowohl bestehende Anbieter als auch neue Marktteilnehmer profitieren von diesen Entwicklungen.

2. Nahezu alle Segmente der Branche verzeichnen Wachstum, wenn auch auf unterschiedlichen Ebenen. Dies zeigt sich besonders deutlich in Bereichen, in denen traditionelle Versorgungslösungen immer mehr zurückgehen. Gründe hierfür sind beispielsweise der Rückgang von Kantinen oder der schrittweise Wegfall klassischer Kiosk- und Bäckereibetriebe. Diese Entwicklungen verdeutlichen, dass Automaten

VR DACH 01-2026.indd 66 18.12.2025 10:04:09

2025 2026

Efkan Buruk,
Kuchenmeister

immer mehr als verlässliche Verkaufskanäle und Nahversorger akzeptiert werden. Insgesamt lässt sich festhalten, dass der Vending-Markt spürbar wächst.

3. Im Jahr 2025 haben sich einige Trends besonders hervorgetan. Deutlich gestiegen ist die Nachfrage nach vegetarischen, veganen und glutenfreien Produkten, da immer mehr Verbraucher auf bewusste Ernährung achten. Nachhaltige Verpackungen und CO_2-reduzierte Produkte spielen ebenfalls eine immer größere Rolle, da die Themen Umweltschutz und Nachhaltigkeit für viele Konsumenten von großer Bedeutung sind. Auch Snacks mit einem funktionalen Mehrwert, beispielsweise Produkte mit Protein- oder Energy-Claims, werden immer beliebter, da sie speziell auf die Bedürfnisse einer aktiven und gesundheitsorientierten Zielgruppe zugeschnitten sind. Schließlich wird auch das Verpackungsdesign immer wichtiger, da die Kaufentscheidung im Vending-Bereich größtenteils impulsgesteuert am Automaten getroffen wird und optisch ansprechende Produkte hier einen deutlichen Marktvorteil bieten.

4. Für das Jahr 2026 erwarten wir eine weiterhin positive Entwicklung des Vending-Marktes. Dies ist vor allem auf den Rückgang von Kantinen sowie den Personalmangel in Einrichtungen wie Hotels oder Krankenhäusern zurückzuführen. Dort etablieren sich Vending-Systeme zunehmend als verlässliche Lösung. Zudem rechnen wir mit einer verstärkten Entwicklung im Bereich Ladesäulen für Elektrofahrzeuge, da erste Projekte zeigen, dass Automatenlösungen dort nicht nur Wartezeiten angenehm verkürzen, sondern auch neue Marktchancen schaffen können.

5. Aus unserer Sicht ist das Wachstumspotenzial klar im Bereich der Tower-Lösungen zu sehen. Tower-Systeme bieten durch ihre größere Kapazität und ihre vielseitigen Einsatzmöglichkeiten in stark frequentierten Bereichen wie Krankenhäusern, Firmen oder an neuen Vending-Standorten echte Vorteile.

6. Beide Kategorien bieten jeweils bedeutende Chancen. Indoor-Systeme sind besonders attraktiv für Einrichtungen wie Firmen oder Krankenhäuser, in denen die klassischen Kantinen schrittweise durch Vending-Systeme ersetzt werden. Gleichzeitig entsteht aber auch im Outdoor-Bereich zunehmendes Wachstumspotenzial, da im ländlichen Raum traditionelle Versorgungsoptionen wie Bäcker oder Kioske oft wegfallen und durch moderne Automatenlösungen ersetzt werden können. Diese Möglichkeiten ergänzen sich ideal und fördern die Vielfalt des Marktes.

7. Die Themen rund um Zahlungssysteme sind für uns als Hersteller nicht von unmittelbarer Bedeutung, da diese spezifisch von unseren Partnern und Operatorn umgesetzt und adressiert werden.

8. Telemetriesysteme sind für uns als Produkthersteller nicht direkt relevant. In der Regel werden diese vollständig von unseren Partnern und Operatingfirmen genutzt und verwaltet..

9. Die Vendtra 2025 war eine überaus erfolgreiche Veranstaltung, die eine große Anzahl neuer Firmen angezogen hat. Besonders erfreulich war zu sehen, wie viele Unternehmen das Marktpotenzial von Vending erkennen und gezielt nach passenden Produkten suchen. Ein persönliches Highlight war der Branchentreff am ersten Abend, der sich perfekt dafür eignete, bestehende Kontakte zu pflegen und das Netzwerk auszubauen. Der intensive Austausch über Zukunftstrends und Marktentwicklungen war auch hier besonders wertvoll. Ein weiteres Highlight war unser *„Koala“*-Maskottchen, das wir bei der Messe erstmals auch im Vending-Bereich dabei hatten. Unser Ziel war es, mit diesem aufmerksamkeitsstarken Element unsere neuen 20-g-Beutel der *„Koala“*-Kekse zu bewerben und gleichzeitig die Marke weiter zu stärken.

10. Ja, wir freuen uns bereits sehr auf die Vendtra 2026, bei der wir als Hersteller wieder vor Ort sein werden, um unsere Neuheiten und bewährten Produkte der Branche zu präsentieren. Die Messe bietet eine wichtige Gelegenheit, um direkt mit bestehenden und potenziellen Partnern in Kontakt zu treten. Neben unserer leckeren Neuheit, dem *„PUK Apfel Streusel”*, werden wir auf der Vendtra noch zwei weitere neue Produkte vorstellen. Damit legen wir den Messefokus auf unsere Produktneuheiten, die optimal auf das wachsende Interesse der Branche abgestimmt sind.

11. Derzeit sind wir als Hersteller im Bereich Vending nicht in Lobbyarbeit eingebunden. Sollten sich jedoch konkrete Themen für unser Unternehmen und die Vendingbranche ergeben, stehen wir entsprechenden Diskussionen und Engagement offen gegenüber.

VR DACH 01-2026.indd 67 18.12.2025 10:04:18

REVIEW PREVIEW

Arnold Irimia
Snackpate

Arnold Irimia, Snackpate

1. In dieser Branche konnten sich inzwischen viele Unternehmen erfolgreich etablieren. Es zeigt sich, dass Anbieter, die ihr Geschäft engagiert und professionell betreiben, langfristig bestehen und wachsen können.

2. Die Segmente Telemetrie und moderne Bezahlmöglichkeiten verzeichneten ein starkes Wachstum.

3. Neben außergewöhnlichen Produkten aus dem Ausland sind inzwischen auch klassische Sortimente im Automaten Pflicht. Eine ausgewogene Mischung wird im Jahr 2026 eine entscheidende Rolle spielen.

4. Die Qualität der Automaten wird deutlich zunehmen, da es in diesem Markt entscheidend ist, ein zuverlässiger Hersteller zu sein und zu bleiben. Nach Rücksprachen mit SandenVendo blicken wir optimistisch in die Zukunft.

5. Mit Table-Top-Automaten haben wir bislang noch keine Erfahrungen gesammelt.

6. Der Fokus liegt weiterhin auf dem Outdoor-Bereich. Viele Unternehmen sind hier bereits vertraglich an große Operatorn gebunden, wodurch der Markteintritt erschwert wird. Im Outdoor-Segment hingegen besteht nach wie vor großes Potenzial für neue Automaten.

7. Grundsätzlich sind Münzen, Scheine und Kontaktlos relevant. Besonders in Deutschland wird häufig mit Bargeld gezahlt.

8. Telemetrie spielt aktuell eine der wichtigsten Rollen auf dem Markt. Zukünftig ist davon auszugehen, dass dieses Thema auch gesetzlich stärker reguliert wird. Bei der Umsetzung legen wir großen Wert auf erfahrene Partner, die mit den EU-Richtlinien vertraut sind und bei Änderungen schnell reagieren können.

9. Unser persönliches Highlight war ganz klar unser eigener Messestand, da es für uns das erste Mal als Aussteller auf einer Messe war. Der Gesamteindruck war durchweg positiv: Wir konnten viele Stammkunden als auch Neueinsteiger kennenlernen.

10. Auf jeden Fall freuen wir uns auf die Vendtra 2026. Jedes Jahr knüpfen wir auf der Vendtra wichtige Kontakte, die uns immer wieder in unserem Vorhaben voranbringen.

Peter Polak, S&Z Elektronik GmbH

Peter
S&Z Elektr bH

1. 2025 war wirtschaftlich ein *„zweigeteiltes“* Jahr. Einerseits profitierte die Branche von der hohen Nachfrage nach 24/7-Versorgung, Personalmangel in Gastronomie und Handel sowie hybriden Arbeitswelten. Andererseits belasteten steigende Betriebskosten und ein preisbewussterer Konsument die Margen. Insgesamt war 2025 ein solides Wachstumsjahr, jedoch weniger *„leicht“* als 2023/24. Wachstum entstand vor allem durch Preis-/Mix-Effekte und neue Konzepte wie 24/7-Stores.

2. Im Jahr 2025 wuchs die Branche insbesondere in den Bereichen Telemetrie, datenbasierter Betrieb und moderne Payment-Lösungen. Echtzeit-Bestände, Tourenplanung und Predictive Maintenance senken Servicekosten und erhöhen die Verfügbarkeit. Bargeldloses Bezahlen entwickelte sich zum zentralen Wachstumstreiber, da es Kaufquoten und Bons erhöht und neue Standorte wirtschaftlich macht. 24/7- und Smart-Store-Konzepte gewannen weiter an Bedeutung. Schwächer entwickelten sich klassische Snackautomaten an älteren Bürostandorten sowie reine Low-Price-Massenstandorte. Wachstum bedeutet heute weniger *„mehr Automaten“*, sondern bessere Konzepte pro Standort.

3. Drei Trends prägten 2025 besonders deutlich: *„Fresh & Healthy“* mit Wärme-Optionen, Grab-and-Go- bzw. Smart-Store-Konzepte sowie KI-gestützte Telemetrie und dynamische Planogramme. Diese Entwicklungen machen Automaten zu Vollversorgern, erhöhen Effizienz und senken Kosten. Das Wachstum wird sich fortsetzen, jedoch vor allem dort, wo Operator Prozesse digitalisieren und Sortimente aktiv managen.

4. Für 2026 erwarten wir ein moderates, qualitatives Wachstum. Die Zahl der Stellplätze dürfte stabil bis leicht positiv sein, während der Umsatz pro Gerät durch High-Value-Sortimente, Cashless und smarte Konzepte steigt. Die Konsolidierung setzt sich fort: Kleinere Operator ohne Daten- und Service-Exzellenz geraten unter Druck. Anbieter ohne Telemetrie, bargeldloses

VR DACH 01-2026.indd 68 18.12.2025 10:04:28

discover high ingredients

premium incup products

www.inguep.com ◈ info@inguep.com

REVIEW PREVIEW

Bezahlen oder klares Konzept riskieren Margen- und Marktanteilsverluste.

5. Tower- und Standautomaten bieten mehr Wachstumspotenzial, Table-Tops vor allem Stabilität. Tower ermöglichen größere SKU-Tiefe, frische Sortimente und 24/7-Konzepte und lassen sich leichter technisch nachrüsten. Table-Tops bleiben stark im OCS- und Büro-Segment, wachsen jedoch überwiegend über Ersatz- und Qualitätsinvestitionen. Die dynamischsten neuen Konzepte entstehen bei Standgeräten und Smart Fridges.

6. Im Outdoor- und Semi-Outdoor-Bereich sehe ich 2026 großes Potenzial, allerdings unter klaren Bedingungen. Treiber sind 24/7-Nahversorgung, kommunales Interesse und besser funktionierende Convenience- und Non-Food-Sortimente. Erfolgreich sind jedoch nur vandalismus- und wetterfeste Lösungen mit zuverlässiger Remote-Überwachung und hoher Payment-Uptime.

7. Ein Multi-Payment-Stack ist Standard. Dazu zählen Girocard, Kreditkarten und Mobile Wallets. Ergänzend sind Closed-Loop-Systeme und App-Wallets für Arbeitsplatzmodelle relevant. Bargeld bleibt als Fallback wichtig, auch wenn seine Bedeutung sinkt. Entscheidend sind Stabilität, Update-Fähigkeit, transparente Gebühren und schnelle Entstörung.

8. Telemetrie ist die zweite Betriebslizenz im Vending. Sie liefert Echtzeitdaten, ermöglicht Predictive Maintenance, optimiert Befüllung und überwacht Payments. Wichtig sind intuitive Bedienung, Schulungen, vollständige Sensorik und EVA-DTS-Integration sowie hohe Cyber-Security-Standards, da Telemetrie kritische Infrastruktur ist.

9. Die Vendtra 2025 haben wir als Aussteller insgesamt positiv erlebt. Gute Besucherzahlen, offene Gespräche und konkreter Austausch zu Projekten und Technik waren sehr wertvoll. Gleichzeitig besteht Potenzial, den B2B-Fokus durch mehr Fachformate und tiefere Technik- und Payment-Sessions weiter zu schärfen.

10. Eine Teilnahme an der Vendtra 2026 ist fachlich sinnvoll. Gerade weil Prozesse, Daten und Payment-Performance entscheidend werden, ist die Messe für uns ein wichtiger Fixpunkt, um Trends und Betreiberbedarfe frühzeitig aufzunehmen. Ein stärkerer B2B-Fokus würde den Mehrwert weiter erhöhen.

11. Verbände sollten 2026 vor allem bei Regulatorik und Kommunalthemen sowie bei Digitalisierung und Telemetrie-Know-how ansetzen. Klare bundesweite Rahmenbedingungen, Schulungen, Best Practices und Fördermodelle sind notwendig. Wirksame Lobbyarbeit kann das Wachstum 2026/27 deutlich effizienter und robuster machen.

David Beuter, Auroha GmbH

David B
Auroha

1. Die Vendingbranche in Deutschland zeigt sich 2025 solide, aber klar im Wandel. Während klassische Snack- und Getränkeautomaten nur noch moderat wachsen, gewinnen smarte, vernetzte Automaten und Micro-Markets immer mehr an Bedeutung. Besonders gefragt sind bargeldlose Zahlungen, Telemetrie und abwechslungsreiche, frische Sortimente. Gleichzeitig hängt viel vom eigenen Kundenmix ab. Wer stark in der Automobilindustrie oder bei Zulieferern verankert ist, spürt die aktuelle Unsicherheit und die Insolvenzen in diesem Umfeld deutlicher als andere. Insgesamt bewegt sich die Branche weg vom alten Automaten-Image und hin zu moderner, flexibler Verpflegung.

2. Heißgetränke bleiben für mich die stärkste Säule. Die Segmente Snacks und Kaltgetränke wachsen deutlich und Energy-Drinks gehören mittlerweile zur festen Grundausstattung. Auch Wasserspender und Table-Tops entwickeln sich sehr gut. Outdoor-Standorte vermeiden wir bewusst, da die Bedingungen dort oft unzuverlässig sind. Gesündere Produkte werden zwar mehr nachgefragt, scheitern aber häufig am höheren Preis.

3. Produktseitig geht der Trend klar zu funktionalen Drinks, also zu Energy-Drinks, Protein-Drinks und zuckerfreien Varianten. Trends wie Matcha Latte oder Produkte wie Dubai-Schokolade beobachten wir, prüfen aber erst, ob sie wirklich nachhaltig und dauerhaft sinnvoll sind. Technologisch setzen sich Telemetrie, Touchscreens und kontaktloses Bezahlen stärker durch.

4. Für 2026 erwarte ich eine weitere Stärkung der Digitalisierung in Form von vernetzten Automaten, Telemetrie, automatischen Bestandsmeldungen und flexiblen Paymentlösungen. Außerdem planen wir wieder mehr Wachstum, da wir personell inzwischen wieder gut aufgestellt sind. Unternehmen werden auch zukünftig verstärkt auf automatisierte Versorgungskonzepte setzen, da diese flexibel, platzsparend und effizient sind.

5. Table-Tops bieten aus meiner Sicht das größere Entwicklungspotenzial: Sie sind modern, platzsparend, optisch ansprechender und haben keinen klassischen Automatencharakter.

VR DACH 01-2026.indd 70 18.12.2025 10:04:46

2025 2026

Tower bleiben bei hoher Frequenz wichtig, aber das stärkere Wachstum liegt bei kompakten Lösungen.

6. Die größten Chancen liegen für mich eindeutig im Indoor-Bereich. Indoor ist planbarer, zuverlässiger und deutlich angenehmer zu betreiben. Outdoor funktioniert an einzelnen guten Standorten, aber viele Stellflächen – gerade Fremdgeräte, die man überall aufgestellt sieht – sind fragwürdig und oft nicht langfristig stabil. Wind, Wetter und Vandalismus machen den Outdoor-Bereich schlicht schwieriger.

7. Für mich gehören kontaktlose Bezahlmöglichkeiten heute zur Grundausstattung, sowohl offene Systeme wie Karten- und Smartphonezahlung als auch Bezahlen über Firmenausweise. Eine Bargeldoption halte ich weiterhin für sinnvoll, da sie regional gern genutzt wird.

8. Telemetrie hat für mich eine zentrale Bedeutung. Sie sorgt für transparente Daten, eine effizientere Routenplanung und deutlich weniger Ausfälle. Wir nutzen Telemetrie seit Jahren und planen, künftig noch konsequenter alle Abläufe darüber zu steuern. Wichtig ist dabei, sich auf ein zuverlässiges System festzulegen, das technisch stabil läuft und die Prozesse tatsächlich vereinfacht.

9. Ich selbst war 2025 nicht auf der Vendtra, aber mein Vater Hans-Dietmar Beuter war vor Ort und hat mir seine Eindrücke geschildert. Er hat die Messe als sehr gelungen empfunden: Es gab gute Gespräche, klare Lösungsansätze für aktuelle Fragestellungen und eine starke Präsenz moderner Technologien. Besonders positiv ist ihm der Austausch mit anderen Betreibern aufgefallen, und der Augustiner-Abend war für ihn ein persönliches Highlight.

10. Ja, ich freue mich sehr auf die Vendtra 2026, nachdem ich 2025 nicht dabei sein konnte. Dieses Jahr möchte ich mir unbedingt wieder selbst ein Bild machen. Der Besuch ist fest eingeplant und ich möchte die Messe gezielt nutzen, um mit Herstellern und Kollegen in den Austausch zu gehen und passende Lösungen für unsere Standorte und Kunden zu finden.

11. Grundsätzlich fühle ich mich durch unseren Verband sehr gut unterstützt: durch Fachvorträge, regelmäßige Informationen und die Möglichkeit, jederzeit Ansprechpartner für konkrete Fragen zu haben. Für die Zukunft wünsche ich mir jedoch noch zusätzliche praxisorientierte Hilfestellungen, vor allem zu Themen wie dem Umgang mit Kundeninsolvenzen, offenen Forderungen und rechtlichen Rahmenbedingungen. Ein klarer Leitfaden wäre hier für viele Operaror hilfreich.

Oliver Gaege, SandenVendo

Oliver Gaege, SandenVendo

1. Die Branche hat ein schwieriges Jahr hinter sich. Auch 2026 wird sie einige Herausforderungen mit sich bringen. Diese werden von zahlreichen Faktoren beeinflusst, darunter die gesamtwirtschaftliche Lage.

2. Als Automatenhersteller stellen wir fest, dass alle unsere Geschäftsbereiche rückläufig sind – manche mehr, manche weniger.

3. Aktuelle Trends erkennen wir insbesondere in den Bereichen Mobility, Unattended Retail und Catering sowie in angrenzenden Segmenten, die auf Convenience, digitale Lösungen und flexible Verkaufsformate setzen. Diese bieten viel Potenzial.

4. Insgesamt erwarten wir eine gesamtwirtschaftlich herausfordernde Situation, die sich auf die Investitionsbereitschaft auswirken könnte.

5. Table-Top-Automaten sind ein Bereich, in dem wir kaum aktiv sind. Jedoch war in den vergangenen Jahren eine wachsende Dynamik in diesem Segment klar spürbar.

6. Der Outdoor-Markt hat sich deutlich beruhigt und bietet ähnlich wie der Indoor-Markt gleichberechtigte Chancen für Operator.

7. Der Trend geht weiterhin klar zu kontaktlosen Mikro-Payment-Lösungen, die einfach, kundenfreundlich und effizient einsetzbar sind.

8. Telemetrie wird in den kommenden Jahren zu einem essenziellen Baustein für den erfolgreichen Betrieb von Automaten und zur Kostenoptimierung.

9. Die Vendtra war in diesem Jahrvor allem durch Networking geprägt, da hier viele wichtige Kontakte und Kooperationen geknüpft wurden.

10. Ein Ausstellerauftritt auf der Vendtra 2026 ist für uns aktuell nicht geplant.

11. Die Branche bleibt weiterhin von Wettbewerbsverzerrungen durch chinesische Hersteller und Anbieter betroffen, was den Druck auf lokale Marktteilnehmer erhöht. Hier erhoffen wir uns von der Lobby mehr Unterstützung.

VR DACH 01-2026.indd 71 18.12.2025 10:04:54

REVIEW PREVIEW

Sylvia Mei
Haha Vending

Sylvia Mei, Haha Vending

1. Insgesamt würde ich das Jahr 2025 als Jahr mit stabilem und gesundem Wachstum beschreiben. Während sich das klassische Vending an den Kernstandorten gleichmäßig entwickelte, war ein klarer Wandel im Denken vieler Operator zu beobachten. Smarte Systeme, datengetriebener Betrieb und KI-gestützte Automaten rückten stärker in den Fokus. Es war kein Boomjahr, aber eines, in dem sich die Marktrichtung deutlich zeigte: Klassische Formate bleiben stark und Smart Vending entwickelte sich vom Zukunftskonzept zum konkreten Investitionsthema.

2. Wachstum gab es vor allem bei Telemetrie und Rechenleistung. Mit der zunehmenden Einführung smarter Automaten stieg der Bedarf an Echtzeitkommunikation zwischen Geräten, Backend-Systemen und Endkunden deutlich. Zuverlässige KI-Anwendungen und Remote-Management erfordern leistungsfähigere Prozessoren und eine bessere Dateninfrastruktur. Bei der physischen Bauweise der Automaten, die einen hohen Reifegrad erreicht hat, zeigte sich weniger Veränderung. Verbesserungen betreffen vor allem die Energieeffizienz und die Kühlung.

3. Smart Vending hat sich klar als stärkster Trend etabliert. Operator testen KI gezielt mit dem Ziel, den Umsatz pro Standort zu steigern, statt nur neue Technologien auszuprobieren. Der Fokus liegt auf einem realen ROI an realen Standorten. Dieser Trend wird sich bis 2026 weiter verstärken. Smart Vending wird nicht alle klassischen Automaten ersetzen, aber für bestimmte Einsatzbereiche zur etablierten Lösung werden.

4. Aus Marktsicht erwarte ich eine stärkere Professionalisierung des gesamten Ökosystems. Neben den Automaten selbst gewinnen Servicepartner, Logistikunternehmen sowie Reparatur- und Wartungsnetzwerke an Bedeutung. Mit wachsender technologischer Komplexität muss auch das Umfeld mitwachsen. Aus Veranstaltungssicht wünschen wir uns klarere und reibungslosere Einlassprozesse für Equipment und Personal.

5. Ich sehe das größere Potenzial eindeutig bei smarten Tower-Formaten, insbesondere bei KI-gestützten Kühlgeräten. Klassische mechanische Designs sind bereits sehr nah an ihrer maximalen Effizienz. Eine andere Fachaufteilung schafft jedoch kein neues Geschäftsmodell. Echter Fortschritt erfordert einen Impuls außerhalb des klassischen Vending-Ansatzes. KI kann einen Automaten in eine Plattform verwandeln – mit Computer Vision, transparenter Bestandsführung und flexiblen Produkttypen. Dort entsteht der größte neue Mehrwert.

6. Langfristig sehe ich Potenzial im Indoor-Bereich. Outdoor-Automaten bieten zwar einen 24/7-Zugang und eine hohe Frequenz, stoßen bei hochwertigen Produkten jedoch an Grenzen. Im Indoor-Bereich lassen sich konstante Frequenz und höherwertige Sortimente besser kombinieren. Büros, Hospitality-Flächen un Co. erzielen so in der Regel höhere Erträge pro Gerät.

7. Für uns bedeutet Standardausstattung eine schnelle Implementierung, wettbewerbsfähige Transaktionsgebühren und flexible Gebührenmodelle. Wir setzen auf bargeldlose Zahlungssysteme mit einfacher Einrichtung und hoher Zuverlässigkeit. Wichtig ist zudem eine enge Integration mit der Telemetrie, damit Operator nicht mehrere Systeme parallel managen müssen.

8. Telemetrie ist die Grundlage moderner Vending-Betriebe. Sie verwandelt Automaten in digital gemanagte Assets, erhöht die Verfügbarkeit, optimiert die Sortimente und verbessert die Transparenz sowie die Compliance. Telemetrie ist kein Feature mehr, sondern das Betriebssystem des Geschäfts. Entscheidend sind Datenschutz, DSGVO-Konformität und Datenqualität statt bloßer Datenmenge.

9. Die Vendtra war für uns durchweg positiv. Besonders wertvoll war der Fokus auf reale Operatorbedürfnisse statt auf Marketing. Das offene und ehrliche Feedback deutscher Betreiber sowie das große Interesse an KI- und datenbasierten Lösungen haben uns klare Einblicke in die Entwicklung des europäischen Marktes gegeben.

10. Ja, wir freuen uns auf die Vendtra 2026, unsere Planung ist jedoch noch nicht abgeschlossen, da wir auf die offiziellen Veranstaltungsinformationen warten.

11. Auf nationaler Ebene wünschen wir uns mehr Unterstützung für Distributoren und Betreiber, die neue Technologien wie KI-gestütztes Vending testen möchten. Konkrete Pilotprojekte könnten die Innovationsprozesse deutlich beschleunigen. Auf europäischer Ebene wäre ein besser koordiniertes Logistiknetzwerk für große Geräte hilfreich. Der grenzüberschreitende Transport von Automaten ist nach wie vor sehr komplex. Ein gemeinsamer europäischer Rahmen könnte diesen Prozess für alle Beteiligten vereinfachen.

VR DACH 01-2026.indd 72 18.12.2025 10:05:18

vending-journey

vending-journey **china**

07.-12. April 2026

Guangzhou | Vending Show *

Asia Trends und Lösungen live kennenlernen?

Hersteller, OEM, Produkte, Zubehör, Ersatzteile und Entwicklungen? Dann kommen Sie mit zur wohl größten Vendingmesse der Welt.

Vending-Journey ist ein exklusives Reiseangebot von Vending Report und richtet sich an ausgewählte Profis. Die Reise ist durch-organisiert, problemfrei, entspannt für alle. Niemand ist alleine, außer Sie wollen es.

Kommen Sie mit auf eine eindrucksvolle Reise, die Ihr Business vielleicht verändert.

02
Besuchen Sie die führende Vending Show Asiens in der Welt

Foodtasting, Manufacturers, Charm of Asia, Sights, Trips, B2B.

Vending, OCS, Foodservices, Micro-Market.

01
Springen Sie mit uns und Kollegen über den Teich, um neue Erfahrungen, Know-how und Scouts zu erhalten.

03
Reisen Sie entspannt und fühlen Sie sich wohl. Alles ist organisiert.

VENDING report

*Reisen Sie mit **Vending Report** und Profis aus der Vending-, Coffee- und OCS-Branche in das Land des Lächelns. Besuchen Sie eine außergewöhnliche Messe, informieren Sie sich über Vending-/Coffee-Lösungen, Konzepte, Visionen - die Europa oft zeitverzögert erreichen. Verschaffen Sie sich den Informationsvorsprung, den Ihre Wettbewerber gerne hätten.*

Entdecken Sie den Charme of Asia, die Kultur, die Menschen, real China food. Kommen Sie mit uns auf eine außergewöhnliche, entspannte Reise ohne Probleme inkl. B2B Networking mit neuen Herstellern aus allen Vending-Segmenten.

Weitere Informationen über:
Kontakt: +49 (0) 6187 92949-0
info@vending-report.com

„Die beste Bildung findet ein gescheiter Mensch auf Reisen“

- Johann Wolfgang von Goethe -

Pre-Reservation bis 31. Januar 2026

Sie wollen in 2025 die Chance nutzen und mit nach China kommen? Dann informieren Sie uns bis 27.02.2026 per e-mail an **info@vending-report.com** damit wir die Teilnehmer-Anzahl ideal kalkulieren können. Die Pre-Reservation ist unverbindlich für Sie.

Datum: 07.-12. April 2026

EUR 2.600,--

Preis pro Person im Doppelzimmer/20 Teilnehmer

Services | **complete journey**

- Hin-/Rückflug (ECO - Class)
- 5-Sterne Hotel (Halbpension ~ Frühstück)
- Amtssprache: Deutsch
- Deutsch sprechender Tour Guide
- Foodtasting. Szene Restaurants
- Club Besuch
- Messebesuch mit VIP--Pass
- Transfers inkl.

REVIEW PREVIEW

Ralf H
JURA Gastro V GmbH

Ralf Hüge, JURA Gastro Vertriebs-GmbH

1. Noch nie hatten wir ein so hohes Reparaturaufkommen. In den Unternehmen werden Neuanschaffungen auf die lange Bank geschoben. Wir müssen den Punkt erreichen, an dem sich die Instandhaltung einer Maschine nicht mehr lohnt und eine Neuanschaffung unumgänglich ist

4. Es sieht danach aus, dass beim Investitionsklima 2026 erneut viele Wünsche offenbleiben werden. Wobei wir uns sicher sind: Sobald den Märkten mit den richtigen Impulsen die Unsicherheit genommen wird, nimmt der Zug auch wieder Fahrt auf.

8. Trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen wollen wir weiterwachsen und unser starkes Neukundengeschäft stabilisieren. Dazu werden wir unsere kostenlosen Softwarelösungen noch stärker in den Fokus nehmen. Der Kostendruck in den Unternehmen macht die Digitalisierung zum Muss. Die Controllerinnen und Controller in deutschen Büros werden von unserem Pocket Pilot 3.0 begeistert sein, denn das Bezahlen, Abrechnen und Verwalten eines professionellen JURA-Vollautomaten war noch nie so einfach. Nach dem perfekten Kaffeegenuss beginnt in den Büros nun das Zeitalter der elektronischen Kalkulations- und Protokollunterstützung

Olaf Böhrer, Bundesverband der Warenautomatenaufsteller e.V.

1. Die Warenautomatenbranche befindet sich im Jahr 2025 auf einem klaren Wachstumskurs. Die Nachfrage nach Kaffeeautomaten, Snacks und Getränken sowie zunehmend nach Sandwiches und warmen Mahlzeiten nimmt zu. Trotz gesamtwirtschaftlicher Stagnation in Deutschland bleibt die Branche robust, eine schwache Konjunktur könnte jedoch neue Investitionen bremsen.

6. Im Indoor-Bereich sehe ich die deutlich höheren Marktchancen. Gerade hier besteht eine stabile Nachfrage nach Kaffeeangeboten sowie nach gesunden Snacks, insbesondere an Arbeitsplätzen und in frequentierten Innenbereichen.

7. Ich würde weiterhin integrierte Bargeld- und Kartenzahlungsmöglichkeiten favorisieren, da sie eine hohe Flexibilität für unterschiedliche Zielgruppen bieten und die Zahlungsakzeptanz insgesamt erhöhen.

9. Es war eine interessante Veranstaltung. Besonders die Konzepte rund um die schnelle und effiziente Zubereitung von Mahlzeiten waren für mich sehr spannend und praxisnah.

Olaf Böhrer,
BWA.

10. Eine Teilnahme an der Vendtra 2026 habe ich aktuell nicht geplant. Sie läuft je nach Veranstaltungsdatum parallel zur IAAPA.

Axel Fähnle, SEB Professional Beverage Germany

1. Aus unserer Perspektive als Kaffeemaschinenhersteller mit den starken Marken WMF und Schaerer bewerten wir die Marktentwicklung insgesamt als positiv und robust. Trotz der angespannten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen blieb die Investitionsbereitschaft der Operator hoch. Sie verlagerte sich jedoch gezielt auf hochwertige Lösungen, die beste Kaffeequalität bieten und gleichzeitig die Betriebskosten senken. Der Markt verlangt zunehmend ganzheitliche Konzepte statt reiner Hardware. Diese Konzepte wirken dem Personalmangel durch Prozesssicherheit und Automatisierung entgegen. Als Premium-Hersteller profitieren wir von dieser Entwicklung.

2. Das Gesamtbild der Vending-Branche zeigte sich sehr heterogen. Während klassische Automatenkonzepte – insbesondere im industriellen Umfeld – unter Kostensteigerungen, Fachkräftemangel und zurückhaltender Investitionsbereitschaft litten, entstanden in convenience-getriebenen Bereichen neue Wachstumsfelder. Vor allem Tankstellen, die Verkehrsgastronomie und Micro-Markets profitieren von Trends wie E-Mobilität und längeren Aufenthaltszeiten. Das steigert die Nachfrage nach hochwertigen Kaffee- und Snackangeboten. Im Office-Segment rüsten viele Unternehmen von Haushaltsgeräten auf professionelle Lösungen um, um eine konstante Qualität, eine höhere

VR DACH 01-2026.indd 74 18.12.2025 10:06:45

2025 2026

Axel Fähnle,
SEB Professional Beverage Germany

Prozesssicherheit und eine automatisierte Reinigung zu erreichen. In der Hotellerie beobachten wir trotz Kostendrucks gezielte Investitionen in Premium-Angebote, insbesondere im Frühstücks- und Self-Service-Bereich. Dort stellen hochwertige Kaffeespezialitäten – zunehmend auch mit pflanzlichen Milchalternativen – ein wichtiges Differenzierungsmerkmal dar.

3. Es haben sich mehrere Trends verstärkt, die eng mit den aktuellen Herausforderungen der Branche verbunden sind. Besonders dynamisch entwickelten sich die Bereiche Automatisierung und Self-Service. Parallel dazu schreitet die Digitalisierung der Customer Journey voran. App-basierte Bestellungen, Personalisierung und vollständig bargeldlose Zahlungen werden auch im professionellen Vending zunehmend erwartet. Gleichzeitig wächst die Nachfrage nach einer erweiterten Getränkevielfalt, etwa nach kalten Kaffeevarianten, Matcha und Milchalternativen, wenn auch im DACH-Raum etwas verhaltener als international. Für uns als Hersteller gewinnen Lösungen wie das Schaerer Twin Milk-System oder die WMF 2-Milk-Solution weiter an Bedeutung, um klassische und pflanzliche Milch hygienisch sicher und in gleichbleibender Qualität anzubieten.

4. Für 2026 rechnen wir mit einer weiteren Konsolidierung in nahezu allen Bereichen bei gleichzeitig zunehmender Spezialisierung. Gefragt sind maßgeschneiderte Maschinen- und Servicekonzepte für klar definierte Segmente wie Office, Convenience oder klassische Coffeeshops. International sehen wir ein wachsendes Interesse an kalten Kaffee- und Teespezialitäten sowie an modularen Maschinenplattformen, die sowohl Barista-Anwendungen als auch vollautomatisierten Self-Service ermöglichen. Damit schreitet die Verschmelzung von Gastronomie und Vending weiter voran. Zudem gewinnt Nachhaltigkeit weiter an Bedeutung: Energieeffizienz, intelligente Standby-Konzepte, präzise Milchdosierung sowie Reparatur- und Nachrüstfähigkeit spielen bei Investitionsentscheidungen eine zentrale Rolle und fließen konsequent in unsere aktuellen Plattformen ein.

5. Wir sehen das größere Entwicklungspotenzial im Bereich der Table-Top-Systeme, da sie die Flexibilität und Getränkequalität bieten, die moderne Arbeits- und Lebenswelten verlangen. Kompakte Premium-Kaffeemaschinen wie die Schaerer Coffee Skye oder die WMF 1500 S+ lassen sich vielseitig in Vending-Szenarien integrieren. Dank ihres modularen Aufbaus können Operator flexibel auf Standortanforderungen oder Nachfrageveränderungen reagieren, etwa durch Milchalternativen, Telemetrielösungen oder vollautomatische Reinigungssysteme wie *„WMF Auto Clean"* oder *„Schaerer ProCare"*. Zudem lassen sich Table-Top-Geräte einfach in bestehende Raum- und Thekenkonzepte integrieren und unterstützen die Premiumpositionierung in Büro-, Convenience- und Hotelumgebungen.

7. Als Standardausstattung fokussieren wir uns klar auf integrierte, bargeldlose Zahlungssysteme, die eine nahtlose Customer Journey ermöglichen. Moderne Vending-Konzepte müssen NFC-Zahlungen per Karte und Smartphone sowie Mobile Wallets wie Apple Pay oder Google Pay unterstützen. Ergänzend gewinnen QR-Code-basierte Lösungen für geschlossene Systeme, etwa Mitarbeiter-Apps oder Gutscheine, an Bedeutung.

8. Telemetrie ist heute das unverzichtbare Rückgrat eines effizienten Vending-Betriebs und längst kein *„Nice-to-have"* mehr. Mit Lösungen wie Schaerer Coffee Link und WMF CoffeeConnect ermöglichen wir den Übergang vom reaktiven Störungsmanagement zum proaktiven Flottenmanagement und die zentrale Steuerung von Technik- und Geschäftskennzahlen. Entscheidend ist, dass die Systeme bidirektional arbeiten und tiefe Einblicke in die Maschinenparameter bieten. Telemetrie entfaltet ihre volle Wirkung erst durch übersichtliche Dashboards, die Maschinen-, Verkaufs- und Servicedaten zusammenführen und auf einen Blick zeigen, welche Standorte performant sind, wo Risiken entstehen und wo Sortimente angepasst werden sollten.

9. Die Vendtra war für uns die ideale Plattform, um unsere speziell auf die Vending-Branche ausgerichteten Kaffeekonzepte von WMF und Schaerer gemeinsam zu präsentieren. Ein persönliches Highlight war das große Interesse an unseren Lösungen für die automatische Zubereitung veganer Kaffeespezialitäten. Ebenso beeindruckend war die positive Resonanz auf das Thema Barrierefreiheit, insbesondere auf unser inklusives Bedienkonzept *„Easy Access"* für die Schaerer Coffee Soul. Dies zeigt, dass soziale Verantwortung als echter Mehrwert wahrgenommen wird.

VR DACH 01-2026.indd 75 18.12.2025 10:06:54

REVIEW PREVIEW

Rainer M
Chef Urb

Rainer Mäemets, Chef Urban Food

1. Da wir neu in der Vending-Branche sind, können wir die wirtschaftliche Entwicklung der vergangenen Jahre nur teilweise bewerten. Deutlich erkennbar ist jedoch ein Wandel im Essverhalten: mehr Convenience, höhere Qualitätsansprüche und mehr Flexibilität. Diese Veränderungen werden die Branche stärker prägen als kurzfristige wirtschaftliche Zahlen.

2. Aus einer breiteren europäischen Perspektive ist das stärkste Wachstum eindeutig bei hochwertigen, gesünderen und kleineren Mahlzeitoptionen zu beobachten. Klassische Snacks verkaufen sich zwar weiterhin gut, der Trend zeigt jedoch in Richtung qualitativ hochwertigerer Convenience-Produkte. Diese Entwicklungen erreichen Deutschland meist etwas zeitverzögert, daher erwarten wir hier eine ähnliche Tendenz.

3. 2025 setzte sich der Wandel hin zu Convenience als Lebensstil fort – insbesondere bei jüngeren Konsumentengruppen, die nicht mehr nach festen Mahlzeiten essen. Snacks werden zunehmend zu *„Mini-Mahlzeiten“* und der Bedarf an schnellen, natürlichen und gesünderen Optionen steigt. Diese Verhaltensänderungen werden auch 2026 die Entwicklung von Vending- und Micro-Market-Konzepten beeinflussen.

4. Der Mangel an Küchenpersonal, insbesondere an Köchinnen und Köchen, wird sich weiter bemerkbar machen. Für viele Standorte wird es schwierig sein, voll ausgestattete Küchen wirtschaftlich zu betreiben, während Verbraucher gleichzeitig rund um die Uhr Zugang zu qualitativ hochwertigem Essen erwarten. Diese Situation wird den Ausbau von personalarmen und selbstbedienten Lösungen beschleunigen. Wer beide Anforderungen gut vereint, wird klar im Vorteil sein.

5. Table-Top-Maschinen bleiben für den Kaffeebereich wichtig. Das größere Entwicklungspotenzial liegt jedoch bei Tower-Systemen. Sie ermöglichen ein breiteres Sortiment – von Snacks bis zu kleinen Mahlzeiten – und folgen dem globalen Trend zu flexiblen Essenszeiten über den ganzen Tag hinweg. Besonders in Asien kann man beobachten, wie schnell sich multifunktionale Tower-Formate weiterentwickeln.

6. Indoor-Standorte bieten meiner Meinung nach deutlich mehr Potenzial. Büros, Hotels, Krankenhäuser und Umgebungen mit Micro-Markets ermöglichen ein vielfältigeres Sortiment, gesündere Optionen und häufigere Snack-Momente. In diesen Bereichen entstehen derzeit die interessantesten Innovationen, sowohl in Europa als auch international.

7. Für die meisten Standorte ergibt ein Cashless-First-Ansatz am meisten Sinn, da bargeldlose Zahlungen heute von vielen Konsumenten erwartet werden und einen schnellen, komfortablen Bezahlprozess ermöglichen.

8. Telemetrie hat sich von einem reinen *„Nice-to-have“* zu einem echten Leistungsinstrument entwickelt und ist heute eine zentrale Grundlage für einen effizienten Betrieb.

9. Wir haben großes Interesse an unserem Konzept erlebt, das wir erstmals für die deutschsprachige Branche auf der Vendtra präsentiert haben. Viele Besucher waren überrascht, dass die Mahlzeiten so gut schmecken und nur heißes Wasser benötigen – keine Mikrowelle, keine Spezialmaschine. Die Kombination aus natürlichen Zutaten, langer Haltbarkeit und einem Geschmack, der an frisch gekochte Gerichte erinnert, wurde von vielen als sehr attraktiv wahrgenommen.

10. Ja, wir planen, wieder teilzunehmen. Die Vendtra 2025 hat uns wertvolle Einblicke und gute Gespräche beschert, weshalb für uns feststeht, dass wir 2026 wieder dabei sein werden.

11. Wir würden uns mehr Unterstützung bei der Sensibilisierung für moderne Lebensmittelkonzepte in öffentlichen und institutionellen Bereichen wünschen. Neben Einzelportionen bieten wir auch Lösungen für größere Einrichtungen wie Schulen, Krankenhäuser, Pflegeeinrichtungen und Hotels an. Diese kämpfen häufig mit Personalmangel, schwankender Nachfrage und hoher Lebensmittelverschwendung. Mehr Sichtbarkeit und Orientierung durch Verbände und öffentliche Stellen könnte helfen, die Lebensmittelqualität in solchen Einrichtungen nachhaltig zu verbessern.

Dirk Reisige, De Jong DUKE

1. Das Jahr 2025 war geprägt von steigenden Kosten für Arbeit, Zutaten und Strom. Kunden suchen deshalb gezielt nach Lösungen, die effizient und zuverlässig sind. Unsere Kaffeeautomaten bieten Online-Monitoring über ConnectMe wodurch

VR DACH 01-2026.indd 76 18.12.2025 10:07:04

2025 2026

unnötige Servicebesuche vermieden werden und so die Betriebskosten gesenkt werden können.

2. Wir beobachten einen Trend im Premium-Segment der Kaffeeautomaten. Unternehmen investieren in hochwertige Kaffeeangebote, da guter Kaffee heute Teil eines attraktiven Arbeitsplatzes ist. Doch auch neue Geschmackskombinationen prägen den Kaffeegenuss. Gründe hierfür sind die steigende Bedeutung von Qualität, Vielfalt und Nachhaltigkeit. Unser Sortiment punktet hier durch langlebige Maschinen und ein breites Angebot an Vollautomaten. Premium-Heißgetränkeautomaten mit frischen Produkten verzeichnen ein deutliches Wachstum, während klassische Automaten für standardisierte Instantprodukte stagnieren. Der Wachstumstreiber liegt hier in der Kombination aus Frische, Nachhaltigkeit und Individualisierung. Unsere *„Lua“* deckt von Bohne über Freshbrew bis zu Instantprodukten wie Matcha genau diese Vielfalt ab. Betriebe setzen zunehmend auf hochwertige, vernetzte Systeme, die nicht nur Kaffee liefern, sondern ein echtes Premium-Erlebnis bieten. Mit dem ConnectMe-System kann man beispielsweise alle Kaffeemaschinen bequem per Fernzugriff in seinem Bestand verwalten.

3. 2025 haben sich Trends wie nachhaltige Verpackungen und personalisierte Kaffeeerlebnisse verstärkt. Neu ist die starke Nachfrage nach digital vernetzten Kaffeeautomaten. Systeme wie unser ConnectMe zeigen, wie Telemetrie und IoT den Betrieb revolutionieren: Echtzeit-Überwachung, vorausschauende Wartung und sogar die Möglichkeit, Inhalte wie Videos auf den Displays zu spielen. Dieser Trend wird weiter wachsen, da er Effizienz und Kundennähe verbindet. Auch frische Milchlösungen, wie wir sie mit der *„Nio Next“* für 2026 planen, gewinnen an Bedeutung. Wir erwarten, dass diese Trends weiter wachsen wird, da Endkunden zunehmend Wert auf Frische, Qualität und smarte Services legen.

4. Für 2026 rechnen wir mit weiterem Wachstum im Premiumsegment, besonders bei Lösungen, die Frische, Qualität und digitale Services kombinieren. Mit *„Lua“* und *„Nio Next“* bieten wir Systeme, die nicht nur Getränke liefern, sondern auch die Arbeit unserer Kunden erleichtern: weniger Wartung, weniger Kosten, mehr Effizienz.

5. Table-Top Automaten bieten Flexibilität für kleine bis mittlere Standorte und passen perfekt zu Konzepten wie der *„Lua“*. Tower Automaten bleiben in größeren Büros oder Gastronomiebereichen relevant. Insgesamt sehen wir leicht mehr Entwicklungspotenzial bei Table-Top, da dort die Kombination aus Premium Heißgetränken und kompakten Lösungen besonders gefragt ist. Sie sind flexibel, platzsparend und passen perfekt in Co-Working-Spaces oder Büros. De Jong DUKE hat hier mit Modellen wie der *„Nio“* oder *„Rosa“* Lösungen.

Dirk Reisige
De Jong DUKE

6. Indoor-Automaten bieten aktuell die größten Chancen, insbesondere in Büros, Krankenhäusern und Bildungseinrichtungen. Hier können wir mit *„Lua“* und *„Nio Next“* operative Exzellenz bieten: verlässliche Maschinen, weniger Serviceaufwand und maximale Verfügbarkeit.

7. Kontaktloses Bezahlen per Kreditkarte, Smartphone oder Mobile Wallet ist mittlerweile Standard. Wir setzen außerdem auf digitale Plattformen, die Loyalty-Programme und App-Integration ermöglichen, um das Kundenerlebnis zu verbessern.

8. Telemetrie ist heute entscheidend für Effizienz und Servicequalität. Unser connectMe Konzept zeigt, wie Vernetzung mehr sein kann als reine Datensammlung: Es unterstützt Bestandsmanagement, Wartung und Kundenservice proaktiv. Entscheidend ist, dass Telemetrie praktikabel, sicher und benutzerfreundlich ist.

9. Die Vendtra 2025 war sehr inspirierend. Besonders spannend fanden wir den Austausch zu digitalen Services, nachhaltigen Produkten und innovativen Automatenkonzepten. Für uns persönlich war der direkte Kontakt zu Kunden und Partnern, um unsere Konzepte wie die *„Lua“* zu präsentieren, ein Highlight.

10. Wir freuen uns sehr auf die Vendtra 2026, wo wir erstmals die *„Nio Next“* präsentieren werden. Der Fokus liegt darauf, frische Milchlösungen live zu zeigen und vertiefende Gespräche mit Kunden zu führen.

11. Wir wünschen uns mehr Unterstützung bei Standardisierung von Paymentlösungen, Digitalisierung und nachhaltigen Automatenlösungen. Auf europäischer Ebene wäre eine einheitliche Regulierung von Automaten und Zutaten hilfreich, um Innovationen und Investitionen wie unsere *„Lua“* und *„Nio Next“* voranzutreiben.

VR DACH 01-2026.indd 77 18.12.2025 10:07:13

german wilds

Drink

YERBA MADRE
WATERMELODY

Die Sorte Watermelody bringt Wassermelone und Erdbeere mit organischem Yerba Mate in die Dose – ideal für Automaten. Mit 150 mg pflanzlichem Koffein, Vegan- und Bio-zertifizierung spricht sie gesundheitsbewusste Zielgruppen an. Operator können mit der 0,5l Dose ihr Getränke-Sortiment stilvoll erweitern.

www.yerbamadre.com - privacy@yerbamadre.com

Snack

BAREBELLS
CARAMEL CHOCO

Der Caramel Choco Proteinriegel von Barebells liefert rund 16g hochwertiges Eiweiß und nur ca. 2g Zucker – ideal für Fitness- und gesundheitsbewusste Zielgruppen. Die 55g-Packung passt bestens in Snackautomaten und bietet Operatorn eine starke Funktional-Alternative im Süßwaren-Sortiment.

www.barebells.de - info@barebells.de

Snack

AHEAD
CHOCO CHUNKS

Die Produkte von Ahead bieten Schoko-Genuss mit bis zu 97 % weniger Zucker als herkömmliche Varianten. Für die Vending-Branche gibt es dabei verschiedene Produkte, darunter die Choco Cunks. Die 45 g-Packung ist ideal für Automaten und spricht gesundheitsbewusste Zielgruppen an, die Wert auf bewussten Genuss legen.

www.ahead-nutrition.com - service@ahead-nutrition.com

Snack

MAGOS
WHOLE EGG CHIPS

Proteinreiche Snacks gewinnen auch in den USA zunehmend an Bedeutung, hier gibt es aber andere, kreative Ideen, wie man an einen hohen Proteingehalt kommt. Eine Lösung bietet Magos Chips. Die knusprigen Egg Chips liefern rund 12g Eiweiß pro Portion, damit passen die 40 g-Packungen ideal in Snackautomaten.

www.magoschips.shop - help@magoschips.com

Drink

PROPER WILD
CLEAN ENERGY

Koffein aus Grünem Tee? Ja, das geht, clean, organisch und in großen Mengen: Die Clean Energy Drinks von Proper Wilds bieten 100mg organisches Koffein und 120mg Theanin pro 74ml Flasche sorgt der Shot für eine langanhaltende Wachkurve und ist besonders bei gesundheitsbewussten Endkunden interessant.

www.properwild.com - support@properwild.com

SNack

GENUSS BERLIN
CHERRY BOMB

Die Fruchtgummi-Sorte Cherry Bomb von GenussBerlin überzeugt mit intensiver Kirschfrische – und das zuckerfrei. In der kompakten 100g-Tüte passt sie perfekt in Automaten und spricht gesundheitsbewusste Snackfans an. Operator können ihr Sortiment damit um eine Trend-Snackalternative ergänzen.

www.deingenussberlin.de - service@deingenussberlin.de

Snack

THE PLANT PARTY
SNACK

The plant party vereint Stoffe aus 35 Pflanzen, 24 essentielle Vitamine und Mineralstoffe sowie 5 g präbiotische Ballaststoffe pro Portion in einem leckeren Snack. Momentan in Sammelpackungen mit einzeln verpackten Portionen angeboten, könnten die kleinen 31g Packungen viel Potenzial für den Verkaufsautomaten bieten.

www.theplantparty.com - office@theplantparty.com

Snack

OPPA
KIMBAP SPICY BULGOGI

Asiatische Aromen und handlich fürs Mittagessen oder den kleinen Hunger: Genau das verbindet Oppa mit seinen Kimbaps und bringt so koreanischen Streetfood-Geschmack direkt in Automaten. Die 230g-Packung ist handlich und gekühlt einsetzbar und macht sie besonders für die Betriebsverpflegung interessant.

www.beagleycopperman.com - sales@beagleycopperman.com

VR DACH 01-2026.indd 78 18.12.2025 10:07:14

Food

MEAL KARMA
PAPDI CHAAT

Meal Karma bietet verschiedene Gerichte zum Selbstzubereiten zu, darunter auch Papdi Chaat. Die 150g-200g Packungen mögen dabei auf den ersten Blick nicht Vending schreien, auf den zweiten aber definitiv. Im Micro-Market oder an Standorten wie Einkaufszentren macht Meal Karma neugierig und stärken die Kundenbindung.

www.mealkarma.de - info@mealkarma.de

OCS

DUG
BARISTA

Milchersatz gewinnt für die OCS-Branche zunehmend an Bedeutung. DUG bietet genau das, mit einem kleinen Twist: Statt Hafer, Soja und Co. kommt hier Kartoffel in den Pflanzendrink. Das macht den Drink besonders cremig und allergiefreundlich. Das macht sie überaus interessant für die Betriesverpflegung.

www.dugdrinks.com - info@dugdrinks.com

Food

MAMAYE
MISIR

Mamaye bringt den würzigen Geschmack Afrikas ins Glas. Die drei Sorten Ades, Misir und Silsi erfuhren erst kürzlich große Aufmerksamkeit. Auch für Micro-Markets oder Automatenshops bieten die Soßen viel Potenzial und laden so den Endkunden ein, sich eine fertige Soße mit nach Hause zu nehmen.

www.mamaye.de - hello@mamaye.de

Food

BEE SURPRISED
BIO SALTY MANGO

Bio Salty Mango kombiniert sonnengereifte Mango, orientalische Gewürze und Chili in einer 240 ml-Flasche – perfekt für Automaten-Shops oder Micro-Markets. Neben dieser Sorte bietet Bee Surprised auch Crazy Zwetschge und Ana Loves Chili. Gerade für die Planung für nächstes Frühjahr könnten Grillsoßen überaus spannend sein.

www.bee-surprised.de - info@bee-surprised.de

Food

ANTILLEAN COAST
SOURSOP LIME

Die Sorte Soursop Lime vereint karibische Soursop-Frucht mit Limettensaft und Trinidad-Skorpion-Chili. In der 100 ml-Flasche ist diese und die anderen Sorten von Antillean Coast spannend für Micro-Markets. Gerade fürs kommende Frühjahr profitieren Operator von einer exklusiven Auswahl an Grillsoßen.

www.antilleancoast.nl - info@antilleancoast.nl

Snacks

GREEN DATES
SOUR COLA

Hier etwas für experimentierfreudige Operator: Datteln mit Fruchtgummi-Geschmack. Die Sorten von Green Dates schmecken wie Sour Cola, Sour Cherry, Salty Licorice und Co. Dabei verzichten sie völlig auf Industriezucker. Eine spannende Alternative, die besondersfür eine probierfreudiger Zielgruppe viel Potenzial bietet.

www.greendates.dk - info@greendates.dk

OCS

NO COFFEE
DRIP BAGS

Die aromaversiegelten Drip Bags von No Coffee enthalten entkoffeinierten Bio-Arabica in handlichen 10g Portionen. Es ist keine Maschine nötig: Heißes Wasser drauf, fertig. So können Operator eine Premium-Alternative zu klassischem Kaffee anbieten, ohne einen großen Mehraufwand zu haben, ideal für Büros oder Hotels.

www.no-coffee.de - info@no-coffee.de

Food

K-GROUP
KOORAY

Die Bio-Sauce Thai Curry von Kooray kommt in praktischen 50 g Portionen – ideal für Automaten-Shops oder Micro-Markets. Schnell zubereitet in drei Minuten, vegan, ohne künstliche Zusätze und perfekt kombinierbar Operator können ihr Sortiment mit einem trendigen Convenience-Produkt erweitern.

www.kooray-food.com - nfo@kooray-food.com

VR DACH 01-2026.indd 79 18.12.2025 10:07:14

SMART-FOOD-LÖSUNG AUCH FÜR 2026

DIE VENDING-BRANCHE HAT SICH IM JAHR 2025 WEITERENTWICKELT: **SCHNELLIGKEIT, FLEXIBILITÄT UND NACHHALTIGKEIT** SIND ZENTRALE ANFORDERUNGEN GEWORDEN. SISISI HAT IN DEN VERGANGENEN JAHREN EINDRUCKSVOLL GEZEIGT, WIE SICH DURCH **DAS ZUSAMMENSPIEL VON TECHNOLOGIE, QUALITÄT UND DESIGN** NEUE **UMSATZPOTENZIALE FÜR OPERATOR** ERÖFFNEN. DIESE ENTWICKLUNG SOLL AUCH 2026 WEITERGEFÜHRT WERDEN.

VR DACH 01-2026.indd 80 18.12.2025 10:07:16

Einblick in das neue Markenbranding. Die praktischen Sleeves bieten viele Vorteile für Operator. Neu im Sortiment sind Gnocchi Rossi wie auch die Chicken Rice Bowl.

Hochwertige und warme Speisen in der Betriebsverpflegung? Was man früher nur von Kantinenkonzepten kannte, sind heutzutage einige spannende automatisierte Lösungen auf dem Markt. Damit können Unternehmen, Universitäten und Hotels eine Verpflegung rund um die Uhr anbieten, die jederzeit verfügbar ist. In Zeiten hybrider Arbeitsweisen und der gewünschten Flexibilität der Kunden ist das sehr wichtig und bietet viele Potenziale. Das weiß auch Carogusto und bietet mit dem Qeamer eine smarte Warmverpflegungslösung an.

Der Qeamer und die Gerichte von SiSiSi stehen für eine durchgängig verlässliche Performance im täglichen Betrieb. Beide sind als ganzheitliches Konzept unabhängig vom jeweiligen Standort einsetzbar und ermöglichen somit eine flexible Nutzung in unterschiedlichsten Umgebungen. Operatorn bietet sich dadurch ein klares Potenzial: eine sichere, konstant verfügbare Warmverpflegung, kalkulierbare Prozesse ohne hohe Personalbindung sowie flexible Einsatzmöglichkeiten – vom Büro über Produktionsstandorte bis hin zu dezentralen Einheiten.

Positive Bilanz für 2025

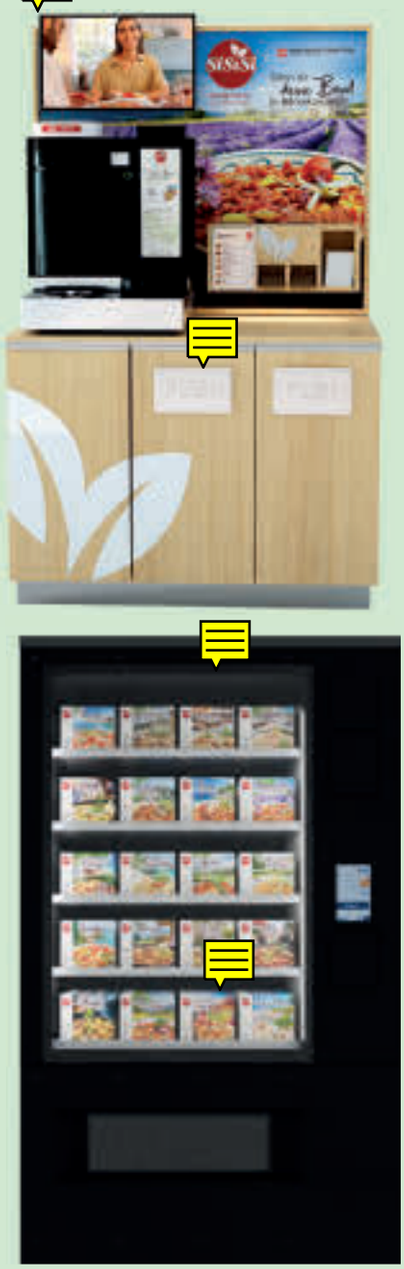
Das Jahr 2025 war für das Unternehmen ein prägendes Jahr – sowohl im Hinblick auf die eigene Entwicklung als auch für die gesamte Out-of-Home-Verpflegungsbranche. Steigende Anforderungen an Effizienz, Produktqualität und Entlastung von Personalressourcen haben den Bedarf an skalierbaren, zuverlässigen und einfach zu betreibenden Foodtech-Systemen deutlich erhöht. Genau an dieser Schnittstelle konnte sich das QuickSteam-System *„SiSiSi“* von Carogusto nachhaltig am Markt etablieren. Das betonte Johannes Ritter, Carogusto: *„In Hotels, Büros, der Verkehrsgastronomie, der Betriebsgastronomie sowie in der Freizeit- und Handelsgastronomie beobachten wir eine klare Entwicklung: Operator suchen Lösungen, die ohne Küche, ohne Fachpersonal und ohne komplexe Abläufe auskommen und trotzdem konstante Qualität bieten. Die Nachfrage nach Plug-and-Play-Systemen, die in 60 Sekunden verlässlich warme Mahlzeiten liefern, ist 2025 deutlich gestiegen. Warmverpflegung im Selbstbedienungsumfeld hat sich damit von einer Zusatzoption zu einem festen Bestandteil moderner Versorgungskonzepte entwickelt. Genau das möchten wir unseren Kunden bieten. Die Resonanz in diesem Jahr war durchweg positiv, wir sind also auf einem guten Weg.“*

Große Pläne für 2026

Das Unternehmen hat auch für 2026 einiges geplant. Da sich im Bereich der Eventgastronomie und der mobilen Verpflegung ein klarer Trend abzeichnet, möchte Carogusto hier weiter den Fokus darauf legen. *„Der Trend zur Eventgastronomie und zur mobilen Verpflegung wird sich unserer Meinung nach im Jahr 2026 weiter verstärken”*, so Johannes Ritter, *„Geschwindigkeit, konstante Ergebnisse und einfache Prozesse werden immer stärker zu wirtschaftlichen Erfolgsfaktoren. Systeme wie der Qeamer ermöglichen es, genau diese Punkte unabhängig von Tageszeit, Personalverfügbarkeit oder Standort sicher abzudecken.“*

Für das kommende Jahr erwartet Carogusto außerdem eine weitere Annäherung der Bereiche Vending, Hospitality und Smart-Kitchen-Konzepte. *„Investitionsentscheidungen werden zunehmend ganzheitlich getroffen”*, so Johannes Ritter. *„Statt einzelner Geräte stehen heute funktionierende Gesamtsysteme im Fokus.”*

Food, Hardware und Serviceleistungen müssen also nahtlos ineinandergreifen, klar strukturiert sein und sich flexibel skalieren lassen. Genau in diesem Bereich sieht Carogusto seine zentrale Aufgabe als Anbieter von Lösungen, die zuverlässig funktionieren, Betriebsabläufe effizient vereinfachen und gleichzeitig neue gastronomische Möglichkeiten eröffnen. Mit neuen Sortimentsentwicklungen, weiter optimierten Serviceangeboten und einem konsequenten Fokus auf Qualität *„Swiss engineered”* geht Carogusto in das Jahr 2026. Johannes Ritter ergänzt: *„Unser übergeordnetes Ziel bleibt dabei unverändert: verlässliche Genussmomente dort verfügbar zu machen, wo Menschen sie brauchen – schnell, unkompliziert und in gleichbleibend hoher Qualität.”*

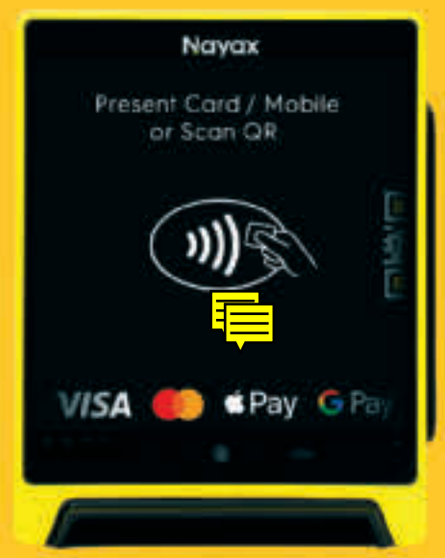


Weitere Informationen unter:
CAROGUSTO Deutschland GmbH
Tel.: +49 (0) 7731 1629559
www.sisisi.com

VR DACH 01-2026.indd 81 18.12.2025 10:07:17

ALLES AUS EINEM GUSS

INNOVATION, WACHSTUM UND KUNDENNÄHE: AUCH 2025 HAT NAYAX SEINE POSITION ALS EINER DER WELTWEIT FÜHRENDEN ANBIETER FÜR CASHLESS-PAYMENT IM SELF-SERVICE-BEREICH WEITER GEFESTIGT. MIT **PRODUKTNEUHEITEN, TECHNOLOGISCHEN WEITERENTWICKLUNGEN** UND EINER **STARKEN PRÄSENZ AUF INTERNATIONALEN FACHMESSEN** SETZTE DAS UNTERNEHMEN **WICHTIGE IMPULSE IN PUBLIC VENDING, BETRIEBSVERPFLEGUNG UND OCS.**



Neuste Lesergeneration VPOS Media 4 mit PIN-on-Glass für jeden Einsatzbereich.

Nayax blickt auf ein äußerst erfolgreiches Jahr 2025 zurück: Das Fintech-Unternehmen festigte seine Position als einer der weltweit führenden Anbieter von Cashless-Payment-Lösungen im Self-Service-Bereich. Nach der Integration von PayPal und American Express in den Vorjahren brachte das Unternehmen 2025 auch technologische Erweiterungen sowie neue Hardware-Lösungen auf den Markt.

Das Ziel besteht weiterhin darin, Betreibern eine All-in-one-Lösung aus Zahlung, Telemetrie und Banking aus einer Hand zu bieten – mit maximaler Kartenakzeptanz, steigenden Umsätzen und sinkenden Betriebskosten.

Das Wachstum setzte sich auch im fortlaufenden Jahr 2025 fort: Global sind inzwischen 1,43 Millionen Nayax Bezahlterminals online und in Quartal drei von 2025 wurde weltweit ein Transaktionsvolumen im Wert von USD 1,76 Milliarden verarbeitet. Rund 110.000 Kunden vertrauen in über 120 Ländern auf die Technologie des Cashless-Weltmarktführers.

Auch in der DACH-Region ist Nayax weiter stark gewachsen hat über 40.000 Nayax Geräte aktiv. Vom Zahlungsterminal über die integrierte Telemetrie bis hin zur kompletten Zahlungsabwicklung dank europaweiter E-Money-Lizenz deckt das Unternehmen alle Anforderungen moderner Operator ab. Besonders der Hauptbereich Vending an öffentlichen und innerbetrieblichen Aufstellplätzen aber auch Smart Fridges, E-Ladesäulen, und Micromarkets verzeichneten stark steigende Installationen.

Neuheiten und Weiterentwicklungen 2025

In diesem Jahr wurde der Deferred-Online-Modus (zu Deutsch: verzögerter Online-Modus) auf den Markt gebracht und weiterhin verbessert. Auch bei einem temporären Netzwerkausfall können Zahlungen sicher durchgeführt und automatisch verarbeitet werden, sobald die Verbindung wiederhergestellt ist. Das ist ein entscheidender Vorteil für mobile Standorte, Fahrzeuge oder Bereiche mit instabilem Mobilfunk.Zu den wichtigsten All-in-one-Terminals zählt weiterhin der ONYX 4G, eine kompakte, integrierte M2M-Lösung für Telemetrie und kontaktlose Zahlungen. Dank seines minimalistischen Designs kann der Leser selbst in die kleinsten Table-Top-Automaten und Kaffeemaschinen von außen installiert werden. VPOS Media 4 geht über das reine Bezahlen hinaus: Leistung, Geschwindigkeit und Flexibilität vereinen sich mit integrierter Telemetrie, um den Betrieb in jedem Einsatzbereich von SB-Automaten zu vereinfachen und Kunden zu binden.

Die Highlights des VPOS Media 4

- grosser 4-Zoll-Farb-Touchscreen: Neues Bildschirmerlebniss, Kundenbindung mit Werbevideos aller Art
- Maximale Zahlungsakzeptanz – unterstützt jede Maschine, jeden Einsatzbereich, jede Bezahlform
- Sichere PIN-on-Glass Eingabe: Schafft Vertrauen bei jeder Bezahlung mit jeder Bankkarte
- Android-basierte Plattform: Modernster Standard, bietet Flexibilität und Sicherheit zur Einbindung von Kundenanwendungen.

VR DACH 01-2026.indd 82 18.12.2025 10:07:20

Veranstaltungen 2025

Im Jahr 2025 war Nayax auf gleich mehreren Branchenveranstaltungen vertreten. Auf der Vendtra in München präsentierte das Unternehmen vom 24. bis zum 26. September ein breites Portfolio an Lösungen für die Branche. Im Fokus standen dabei der Onyx und der VPOS. Ein Highlight war ein mit einem Onyx ausgestatteter Boxautomat, der die Messebesucher anlockte. Aber auch Kaffeeautomaten und andere Geräte zeigten am Messestand eindrucksvoll die Vielseitigkeit moderner Self-Service-Lösungen. Auf der Host in Mailand vom 22. bis zum 26. Oktober und auf der *„Alles für den Gast“* in Salzburg vom 8. bis zum 11. November lag der Fokus klar auf dem Hospitality-Segment, insbesondere auf professionellen Kaffee- und Verpflegungslösungen für Hotellerie und Gastronomie.

Internationale Präsenz zeigte Nayax zudem auf der EVEX in Kroatien. Ebenfalls war Nayax Teil der Ausstellung, die im Rahmen der BDV-JHV stattfand. Alle Messeauftritte verliefen äußerst erfolgreich und unterstrichen die starke Marktposition des Unternehmens in den Bereichen Vending, Hospitality und internationale Verbandsarbeit.

Starkes DACH-Team

Auch in diesem Jahr legte Nayax in der DACH-Region viel Wert auf Wachstum und verstärkte sein Team. Insbesondere der Bereich „Customer Success“ wurde weiter gezielt ausgebaut, um den steigenden Anforderungen der Key Accounts sowie der wachsenden Kundenbasis gerecht zu werden. Mit zusätzlicher personeller Verstärkung und erweiterten Service-Strukturen stellt Nayax sicher, dass Operator auch bei zunehmender Systemvielfalt und steigenden Transaktionsvolumina jederzeit schnell, kompetent und lösungsorientiert betreut werden.

Ausblick: Erste Schritte für 2026 gesetzt

Auch für 2026 ist bereits einiges gelpant, wie Csaba Schulz betonte: *„Wir sind sehr zufrieden mit den Entwicklungen im Jahr 2025 und blicken äußerst positiv auf 2026. Für das kommende Jahr sind bereits zahlreiche neue Produkt-Launches, Messeauftritte und technologische Erweiterungen geplant. Unser Ziel bleibt es, unseren Kunden auch weiterhin die leistungsstärkste Komplettlösung aus einer Hand zu bieten und unsere Marktposition nachhaltig auszubauen.“* Die Branche kann also gespannt bleiben.

Weitere Informationen unter:
NAYAX Deutschland GmbH
Tel: +49 (0) 2161 9162019 I info@nayax.com I www.nayax.com

VR DACH 01-2026.indd 83 18.12.2025 10:07:21

NACHHALTIG, INNOVATIV
KAFFEE NEU GEDACHT

DIE WELT DES KAFFEEGENUSSES BEFINDET SICH IM WANDEL. KONSUMENTEN ERWARTEN HEUTE NICHT NUR **AROMATISCHE VIELFALT**, SONDERN AUCH **NACHHALTIGKEIT, DIGITALE VERNETZUNG UND INTUITIVE BEDIENUNG**. DE JONG DUKE, EIN NIEDERLÄNDISCHES FAMILIENUNTERNEHMEN MIT ÜBER 125 JAHREN ERFAHRUNG, ZEIGT EINDRUCKSVOLL, WIE SICH **TRADITION UND INNOVATION** VERBINDEN LASSEN. IM HERBST 2025 WURDE DAS UNTERNEHMEN FÜR SEINE HERAUSRAGENDE NACHHALTIGKEITSLEISTUNG MIT DEM ECOVADIS GOLD AWARD AUSGEZEICHNET – UND GEHÖRT DAMIT ZU DEN BESTEN FÜNF PROZENT DER WELTWEIT BEWERTETEN UNTERNEHMEN. GLEICHZEITIG KÜNDIGT DE JONG DUKE FÜR MÄRZ 2026 **ZWEI NEUE TABLETOP-MODELLE AN: NIO NEXT UND LINA**.

EcoVadis gilt als führender Anbieter von Nachhaltigkeitsratings und bewertet Unternehmen in den Bereichen Umwelt, Arbeit & Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung. Die Gold-Bewertung für De Jong DUKE unterstreicht das kontinuierliche Engagement für verantwortungsbewusste Geschäftspraktiken und Umweltschutz. „*Wir fühlen uns geehrt, die EcoVadis-Goldmedaille zu erhalten*“, erklärt CEO Marco Middag. „*Diese Auszeichnung bestätigt unseren Anspruch, hochwertige Kaffeelösungen zu entwickeln und gleichzeitig unsere Umweltbelastung zu minimieren sowie soziale Verantwortung zu fördern.*“ Die Anerkennung kommt zu einem Zeitpunkt, an dem Nachhaltigkeit für Kunden, Partner und Stakeholder in der Kaffee- und Automatenbranche immer wichtiger wird. De Jong DUKE investiert konse-

VR DACH 01-2026.indd 84 18.12.2025 10:07:23

Die zwei neuen Tabletop-Modelle an:
Nio Next und Lina (Bild oben und rechts).

quent in energieeffiziente Technologien, zirkuläre Designprinzipien und transparente Berichterstattung. Damit setzt das Unternehmen nicht nur ein Zeichen für die Branche, sondern schafft auch Vertrauen bei Geschäftspartnern weltweit.

Starke Produkte, starke Präsenz: Neue Impule für den deutschen Markt

Parellel zum Nachhaltigkeitsfocus verstärkt de Jong DUKE 2025 seine Marktbearbeitung in Deutschland. Die Anforderungen im OCS Markt und im Vending-Sektor steigen: Benutzerfreundlichkeit, Design, Konnektivität und zuverlässiger technischer Support werden für Operator immer wichtiger. Dirk Reisige, Accountmanager DACH bestätigt: Wir investieren gezielt in neue Partnerschaften und bauen unser Servicenetz stetig aus. Unser Ziel ist es, nicht nur Maschinen zu liefern, sondern komplette Lösungen. Dazu gehören technische Schulungen für Partner, flexible Supportmodelle und Kooperationen mit externen Service-Dienstleistern – ideal für Unternehmen ohne eigene Technikabteilung.

Nio Next – Höchste Qualität bei geringem Aufwand

De Jong DUKE stellt mit der Nio Next die konsequente Weiterentwicklung seines bewährten Modells Nio vor, das seit 2014 Standards im Kaffeemarkt setzt. Die neue Generation vereint modernes Design mit innovativer Technik und bietet ein rundum durchdachtes Kaffeeerlebnis.

- Echtes Barista-Feeling dank Frischmilchsystem
- Bedienung über einen klar strukturierten Touchscreen
- Vollautomatische Reinigung für maximale Hygiene ohne großen Aufwand

Die Nio Next verkörpert die Unternehmensphilosophie „*customize, configure, connect*“ und verbindet Ästhetik, Funktionalität und digitale Vernetzung zu einem Premiumkonzept für anspruchsvolle Kaffeegenießer.

Lina – Flexibilität für vielfältige Einsatzbereiche

Mit der Lina ergänzt De Jong DUKE sein Portfolio um ein Modell, das sich durch Anpassungsfähigkeit und modernes Erscheinungsbild auszeichnet. Das Gerät überzeugt mit einem hochauflösenden Display und einer warmen, zeitgemäßen Gestaltung.

Besondere Stärken liegen in den zahlreichen Konfigurationsoptionen:

- Auswahl zwischen Instant- oder Bohnenbrüheinheit
- Unterschiedliche Anzahl an Produktbehältern
- Möglichkeit zur Integration verschiedener Bezahlsysteme
- Wahlweise stilles oder sprudelndes Wasser

Dank nachhaltiger Materialien und unkomplizierter Wartung eignet sich Lina ideal für Büros, Hotels, und öffentliche Räume. Im Herbst 2026 ist zudem eine größere Version angekündigt, die das Angebot erweitert.

Nio Next und Lina sind beide mit ConnectMe ausgestattet und nutzen das gleiche Service-Menü. Die ConnectMe-Platform erlaubt Fernzugriff auf die Maschinen, inklusive Firmen_Updates, Statusabfragen, Verbrauchsanalysen und Fehlerdiagnose. Das bedeutet für Betreiber: moderne Technik die Zeit und Kosten spart. Gleichzeitig steigt die Maschinenverfügbarkeit deutlich. Wartung wird einfacher, Daten sind jederzeit transparent und die Effizienz steigt spürbar. Für viele Kunden ist diese digitale Servicefähigkeit ein entscheidender Faktor bei der Wahl eines Kaffeemaschinensystems.

Ein Unternehmen mit Geschichte und Zukunft

De Jong DUKE wurde 1897 gegründet und ist bis heute ein Familienunternehmen mit klarer Ausrichtung auf die Zukunft. Von den Produktionsstätten in den Niederlanden und den USA aus beliefert das Unternehmen Kunden weltweit. Die hauseigenen Ingenieure und Softwareentwickler arbeiten kontinuierlich an der Weiterentwicklung der ConnectMe-Software und der Kaffeemaschinen, um das beste und benutzerfreundlichste Kaffeeerlebnis zu bieten.

Die Kombination aus Nachhaltigkeit, Innovation und Tradition macht de Jong DUKE zu einem Vorreiter in der Branche. Mit der EcoVadis-Goldauszeichnung und den neuen Modellen Nio Next und Lina zeigt das Unternehmen, wie verantwortungsbewusstes Handeln und technologische Exzellenz Hand in Hand gehen können – für ein rundum gelungenes Kaffeeerlebnis.

Weitere Informationen unter:
de Jong DUKE
Tel: +31 (0)184 209767
sales@dejongduke.nl | www.dejongduke.de

VR DACH 01-2026.indd 85 18.12.2025 10:07:24

VENDING ALS HEIMAT. INNOVATION ALS PLAN.

FÜR CHEF URBAN FOOD WAR 2025 **EIN EREIGNISREICHES JAHR**: DAS UNTERNEHMEN PRÄSENTIERTE SICH IN DIESEM JAHR **ERSTMALS FÜR DIE VENDING BRANCHE**. EIN SEGMENT, IN DEM DER HERSTELLER **VIEL POTENZIAL** SIEHT UND AUCH FÜR DIE KOMMENDEN JAHRE BLEIBEN MÖCHTE.

Das Jahr der Operator

Chef Urban hat im Jahr 2025 das Fundament gelegt: In diesem Jahr präsentierte sich das Unternehmen für die Vendingbranche. Die Nachfrage nach warmen, sättigenden Gerichten am Arbeitsplatz ist hoch, wie Rainer Mäemets betonte: *„Nach unserer Einführung in die Branche und dem starken Messeauftakt auf der Vendtra war uns klar: Die Vendingwelt versteht unser Konzept. Echtes Essen, das wie in einer Restaurantküche gekocht und dann schonend gefriergetrocknet wurde, ist monatelang ohne Kühlung haltbar. Diese Kombination aus Qualität und Effizienz hat den Nerv der Operator getroffen.“* Die gefriergetrockneten Gerichte sind dabei über zwölf Monate ohne Kühlung haltbar und passen unkompliziert in den Automaten, ohne dass dabei die Endkunden Abstriche in Geschmack und Flexibilität machen müssen.

Der Fokus des Herstellers lag bewusst auf dem Aufbau eines Netzwerks aus Großhändlern und Wiederverkäufern. *„Wir wollten Strukturen, Partner und Reichweite schaffen, bevor wir in die breite Bekanntheit gehen“*, weiß Andre Tischendorf, *„Das hat funktioniert. Wir haben uns in einer Branche etabliert, die für junge Foodkonzepte außergewöhnlich offen ist. Während der klassische LEH in Deutschland kaum zugänglich ist und von wenigen dominanten Playern kontrolliert wird, bietet Vending genau das Gegenteil: kurze Wege, Mut zur Innovation, echtes Interesse an neuen Lösungen.“* Aus diesem Grund entschied sich Chef Urban seine Lösungen genau dahin zu bringen, wo sie benötigt werden: In der Betriebsverpflegung.

Was aus 2025 mitgenommen wird

„*Die Gespräche auf der diesjährigen Vendtra haben uns besonders deutlich gezeigt, wie stark sich die Essensgewohnheiten verändern“*, weiß Rainer Mäemets. Der Fokus liegt auf mehr Convenience, höheren Ansprüchen, weniger festen Mahlzeiten und mehr Mini Meals. Genau hier liegt das Wachstum. Hochwertige, natürliche Gerichte, die ohne Küche zubereitet werden können, passen perfekt zu dieser Entwicklung. Viele Operator suchen nach Möglichkeiten, ihre Systeme aufzuwerten, ohne Personal oder Technik hinzuzufügen.

Die Pläne für 2026

„Der Trend zu mehr Convenience und Flexibilität ist eindeutig“, so Andre Tischendorf, „*für 2025 haben wir eine gute Basis geschaffen. 2026 schalten wir um. Für uns bedeutet das eine klare Verschiebung: vom reinen B2B-Aufbau hin zur Markenarbeit beim Endkunden.“*

Die Ziele sind gesetzt:

- Bekanntheit ausbauen und Chef Urban als neue Foodkategorie im Vending etablieren
- Zubereitungskonzept im Markt verankern: warmes Essen ohne Küche & ohne zusätzliche Maschinen.
- Endkunden-Marketing forcieren und skalieren
- Präsenz zeigen: Nach der Vendtra sind nun andere Messen dran. *„Wir kommen mit einem großen Stand auf die Intergastra. Halle 1, mitten zwischen den großen Playern. Wir gehören jetzt dazu und wollen dort deutlich machen, welche Rolle moderne, haltbare Real-Food-Gerichte in der zukünftigen Betriebsverpflegung spielen“*, so Andre Tischendorf.

Im Vending zuhause

Der Erfolg 2025 hat bestätigt: Die Vendingbranche ist der richtige Raum für das Unternehmen. Die Strukturen sind pragmatisch, offen, schnell und innovationsfreudig. Hier wird getestet statt diskutiert. Für ein junges Foodunternehmen ist das Gold wert. *„Wir sehen Vending nicht nur als Absatzkanal, sondern als Ökosystem, das neue Essgewohnheiten ermöglicht“*, so Rainer Mäemets, *„Tower, Micro Markets und smarte Indoor-Formate werden unserer Meinung nach 2026 weiterwachsen. Und überall dort werden gute Mahlzeiten gebraucht, die ohne Infrastruktur auskommen.“*

Und genau aus diesem Grund möchte Chef Urban ein treuer Partner der Vendingbranche werden und mit ihr zusammen wachsen.

Was die Branche 2026 erwartet

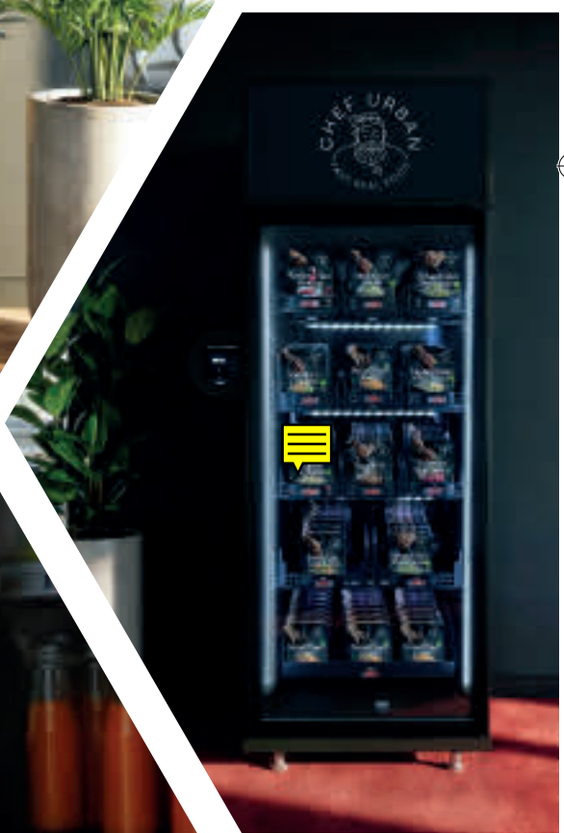
Chef Urban sieht weiteren Wachstum in

VR DACH 01-2026.indd 86 18.12.2025 10:07:26

folgenden Segmenten, die der Hersteller mit seinen Lösungen abdecken möchte:

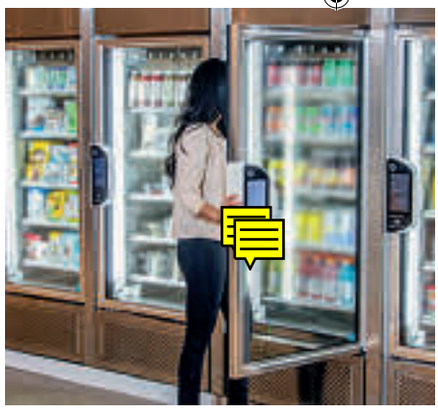
- Wachstum bei hochwertigen, natürlichen Mini Meals.
- Deutlicher Schub bei multifunktionalen Towern.
- Indoor als stärkster Wachstumsbereich.
- Cashless als Standard.
- Telemetrie als Produktivitätswerkzeug.
- Mehr Nachfrage nach Lösungen, die Küchenpersonal ersetzen oder entlasten.
- Und ein klarer Wandel im Konsumverhalten: Essen wird flexibler über den Tag konsumiert und weniger zu festen Zeiten. Diese Entwicklungen werden durch das Modell von Chef Urban unterstützt. Die Gerichte funktionieren 24-7, überall dort, wo heißes Wasser vorhanden ist.

„2026 wird das Jahr, in dem wir aus dem Branchenprodukt eine Endkundenmarke formen. Die Grundlage steht. Die Partner stehen. Jetzt folgen Skalierung, Sichtbarkeit und ein geschärftes Bewusstsein dafür, was moderne Betriebsverpflegung leisten kann“, so Rainer Mäemets, *„Wir freuen uns auf die nächste Vendtra. Wir freuen uns auf die Intergastra. Und wir freuen uns darauf, die Vendingwelt weiter mitzugestalten.“*



Weitere Informationen unter:
Tactical Solutions GmbH
hello@chefurbanfood.com
www.chefurbanfood.com

VR DACH 01-2026.indd 87 18.12.2025 10:07:32



CASHLESS WIE ES SEIN SOLL

Kleingeld war gestern. Wer heute im Vending erfolgreich sein will, kommt um Kartenzahlung und ähnliche Verfahren nicht mehr herum. Das weiß auch Apriva: Der US-Anbieter hat sich seit über 20 Jahren auf bargeldlose Bezahltechnik für Automaten, Kioske und Self-Service-Systeme spezialisiert.

Was Apriva dabei besonders macht: Hier gibt es nicht nur ein Terminal, sondern gleich das ganze Paket. Terminal, Verbindung (LTE), Gateway, Abrechnung, Monitoring – alles aus einer Handt. Das spart Nerven, Supportanrufe und Ärger mit zig Schnittstellen. Die Lösung ist EMV-zertifiziert, d. h., Karten aller Art sind kein Problem. Sie funktioniert mit DEX und mit den gängigen Vending-Maschinen und Managementsystemen.

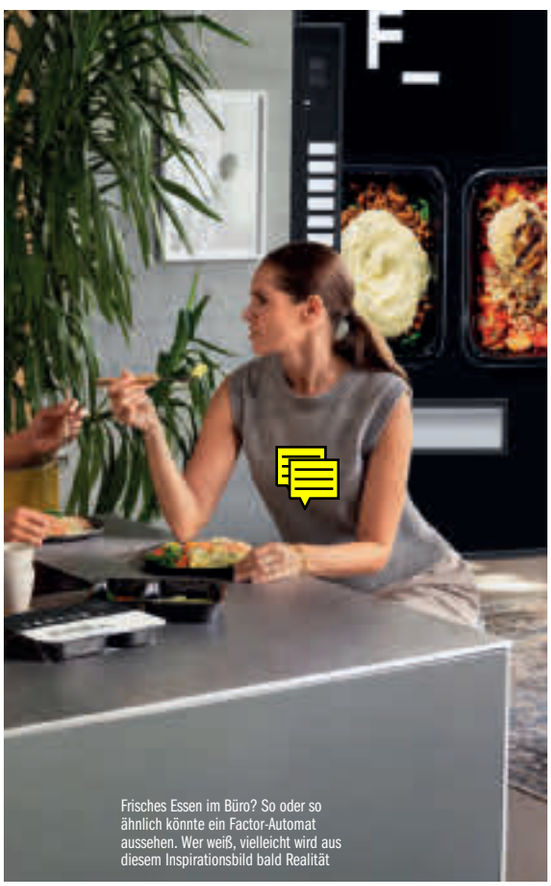
Micro-Markets auf dem Handy? Läuft!

In Kooperation mit AveriGo bietet Apriva auch mobile Micro-Markets an: keine riesigen Kiosk-Bildschirme, sondern einfach Beacons, App-Scan und fertig. Das ist ideal für kleinere Standorte oder schnelle Setups ohne viel Technik. Micro-Markets und ähnliche Konzepte werden auch hierzulande immer relevanter, daher ist die Bezahllösung von Apriva auch hierzulande überaus spannend.

Auch für Europa spannend? Durchaus!

Zwar liegt Aprivas Kernmarkt bislang klar in Nordamerika mit einer soliden Infrastruktur in den USA, Kanada und Mexiko, doch auch in Großbritannien sind die Terminals bereits im Einsatz. Ein Beispiel hierfür ist die Partnerschaft mit dem britischen mPOS-Hersteller Miura Systems, mit dem Apriva bereits frühzeitig EMV- und NFC-Lösungen umgesetzt hat. Das zeigt: Man denkt international, auch wenn die Vertriebsschwerpunkte noch nicht flächendeckend in Europa liegen.

Weitere Informationen unter:
Apriva I pos@apriva.com I www.apriva.com



Frisches Essen im Büro? So oder so ähnlich könnte ein Factor-Automat aussehen. Wer weiß, vielleicht wird aus diesem Inspirationsbild bald Realität

MEAL-PREP TRIFFT AUTOMAT

Das Unternehmen HelloFresh ist hierzulande bekannt für seine Gerichte zum Selberkochen – alles ist bequem portioniert und mit Rezept. Seit Februar 2025 liefert das Unternehmen seine Ready-to-Eat-Marke Factor auch nach Deutschland. Pro Woche stehen 18 Gerichte zur Verfügung, die gekühlt und essfertig bis vor die Tür geliefert werden. Erste Trustpilot-Stimmen aus Deutschland zeigen: Die Boxen landen bereits in heimischen Kühlschränken und das Konzept kommt an. Nach dem Erfolg in den USA ist Factor zudem in Kanada, den Niederlanden und Flandern verfügbar.

Wo ist der Vending-Haken? Noch nirgendwo zu finden. Doch dieses Konzept bietet – wie unser Inspirationbild zeigt – viel Potenzial in der Betriebsverpflegung. Die Gerichte sind MAP-versiegelt, sieben Tage haltbar und in vier Minuten verzehrfertig. Genau das Temperaturfenster, in dem Smart-Fridges und Micro-Markets arbeiten.

Ideen-Snacks für Operator

- **Smart-Fridge-Abo:** Ein Kühlautomat steht im Büro, wöchentlich werden die Factor-Boxen geliefert, bezahlt wird via Badge/App mit Auto-Nachbestellung.
- ***„Lunch-Locker"* im Wohnblock:** In Wohnblöcken oder in kleineren Gemeinden könnten sich gekühlte Schließfachgeräte befinden, die die Bewohner via QR-Code abholen. Das ist perfekt für Quartierskonzepte.
- **Fitnessstudio-Upsell:** Nach dem Training keine Lust mehr zu kochen? Da kann ein Protein-Menü im Post-Workout-Kühlschrank neben Drinks helfen und für Umsatz sorgen.

Alle Szenarien benötigen lediglich eine Kühlung bei 4 °C sowie ein Payment-/Zugangssystem. Factor liefert sowieso per Kühllogistik. Pfandbehälter, MHD-Monitoring und Retouren müssten geklärt werden – eine ideale Spielwiese für Vending-Profis.

www.factormeals.de

VR DACH 01-2026.indd 88 18.12.2025 10:07:35

WIE FRISCH AUS DER QUELLE

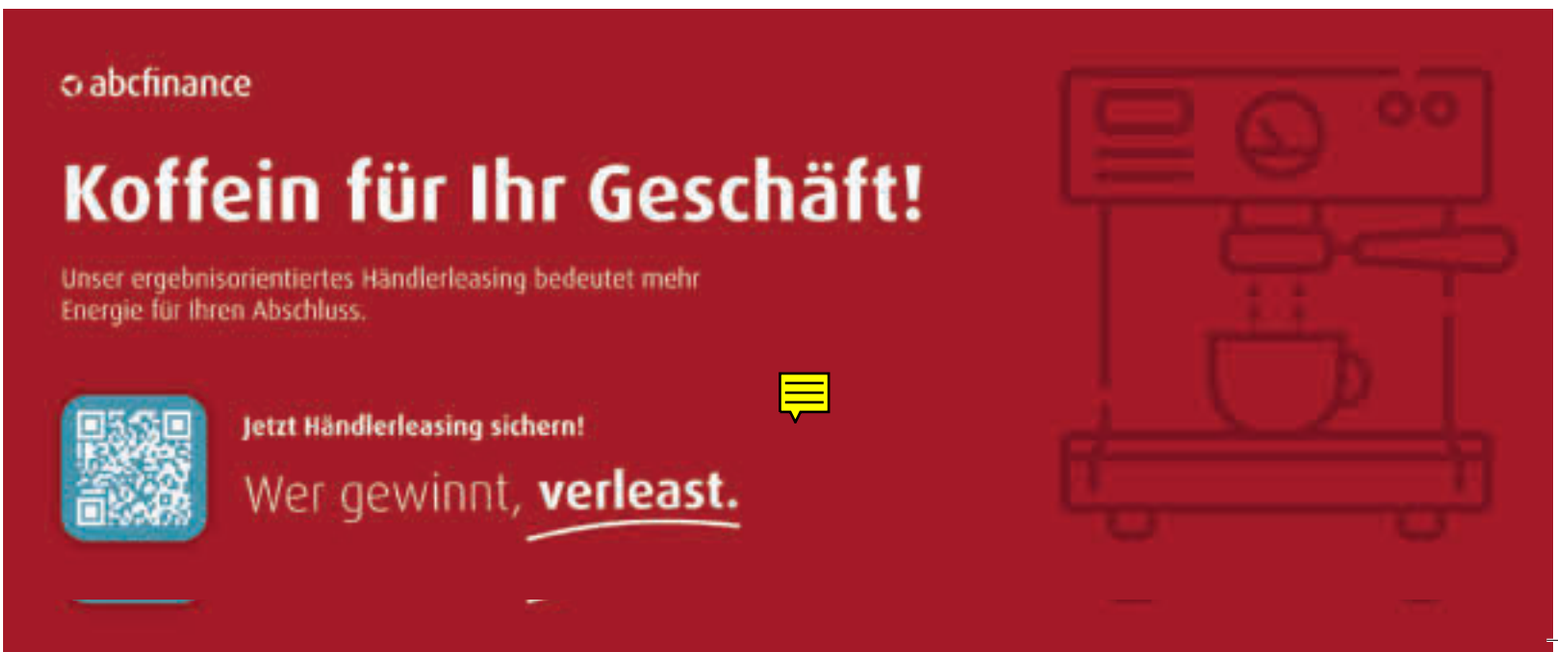
Mit einer Vielzahl an verschiedenen Getränken ist die Bucher Aloisius Quelle bereits seit Jahren eine feste Konstante in der Vending-Branche. Diese bewies das Unternehmen nicht zuletzt auch auf der Vendtra 2025. Hier war der bayerische Hersteller wie in den Vorjahren mit einem Stand vertreten. Der Hersteller nutzte die Messe, um mit Branchenpartnern, Operatorn, und Entscheidungsträgern aus Betriebsgastronomie ins Gespräch zu kommen. Am Stand drehte sich alles um das, was die Aloisius Quelle ausmacht: Ein Sortiment, das für unterschiedliche Geschmäcker und Einsatzbereiche etwas bereithält – vom stillen Wasser über feinperlige Varianten bis hin zu Schorlen und Erfrischungsgetränken. Neben den Getränken bietet das Unternehmen auch einen eigenen Automateservice. *„Mit den Getränkeautomaten von Bucher Aloisius Quelle, die wir stellen und selbstverständlich auch warten, ist die Getränkeversorgung gesichert – unkompliziert und komfortabel“*, so Karl-Heinz Bucher, Geschäftsführer der Bucher Aloisius Quelle. Ebenso präsent war das Thema Nachhaltigkeit. Die Mehrwegstrategie des Unternehmens stieß auf Interesse: Hierbei setzt der Hersteller auf mehrfach befüllbare Glas- und PET-Flaschen, kurze Wege und ressourcenschonende Prozesse.

Unterm Strich bleibt ein Messeauftritt, der sich gelohnt hat: sichtbar, konstruktiv und nah an den Bedürfnissen der Branche. *„Wir blicken positiv auf die Geschehnisse in München zurück“*, so Karl-Heinz Bucher, *„denn die Gespräche haben gezeigt, dass die Branche offen ist für Qualität, Nachhaltigkeit und langfristige Partnerschaften. Für uns war die Messe nicht nur ein Ort des Präsentierens, sondern des echten Austauschs – und genau das nehmen wir mit nach Hause.“*

Positiv in die 2026

Für 2026 blickt Bucher Aloisius Quelle positiv nach vorn. Im Mittelpunkt steht weiterhin die Überzeugung, dass hochwertige Getränke.Das kommende Jahr wird also kein radikaler Neustart, sondern ein solides Weiterdenken: mit frisch geknüpften Kontakten, neuen Ideen aus der Messe und der Gewissheit, dass gutes Wasser – im Automaten wie am Tisch – nicht etwas ist, das man beiläufig anbietet, sondern etwas, das man bewusst auswählt.

Weitere Informationen unter:
Bucher Aloisius Quelle GmbH
Tel.: +49 (0) 9073 95980
info@aloisius-quelle.de
www.aloisius-quelle.de



30 JAHRE
LIEBE ZUM KAFFEE

WAS BRAUCHT ES FÜR DIE PERFEKTE TASSE **CAPPUCCINO**? OFFENBAR **DREI JAHRZEHNTE** LEIDENSCHAFT, INNOVATION UND PIONIERGEIST. DAS BEWEIST CUP&CINO MIT 30-JÄHRIGEM BESTEHEN

Geboren aus dem Wunsch, den perfekten Kaffee in der Tasse zu servieren, startete CUP&CINO 1995 auf der Güwa in Gütersloh. „*Ein sehr guter Kaffee allein genügt nicht*“, erklärt Gründer Frank Epping, „*erst das Und macht den Unterschied – also Kaffee und Maschine, Produkt und Konzept, Qualität und Service*.“ Aus dieser Philosophie wurde ein Erfolgsrezept: Heute vereint CUP&CINO unter einem Dach alles, was für die perfekte Kaffeelösung nötig ist.

Innovation als Grundrezept

CUP&CINO positioniert sich als Barista-Company, die ihre Kunden mit einem integrierten All-in-One-Kaffeekonzept unterstützt. Dieses vereint state-of-the-art Kaffeemaschinen, technisches Full-Service-Angebot sowie Verkaufs- und Marketingunterstützung für höhere Umsätze und bessere Kundenerlebnisse. Mit Konzepten wie TEAaMO, Latte Pralino, Ice Matcha Latte, Chai Latte oder den Signature Drinks hat CUP&CINO immer wieder Trends gesetzt. Kern des Angebots sind innovative Hybrid-Siebträger-Maschinen und Kaffeevollautomaten, die die traditionelle Siebträger-Qualität mit einfacher Bedienung verbinden. Besonders prägend: die Entwicklung der Latte Art Factory, eines vollautomatischen Milchsystems, mit dem man heißen, kalten und veganen Milchschaum auf Knopfdruck produzieren kann. Die Innovation sorgte international für Aufsehen – und wurde gleich dreimal mit dem „*Best New Product Award*“ der Specialty Coffee Association (SCA) ausgezeichnet.

Nachhaltigkeit mit Herz

Im Jahr 2016 wurde die CUP&CINO Foundation gegründet, die von Franks Ehefrau Sabine Epping geleitet wird. Mit der Foundation ermöglicht das Unternehmen unzähligen Menschen in den afrikanischen Kaffeeanbaugebieten Zugang zu sauberem Trinkwasser und damit einem besseren Leben. „*For a fair coffee world*“ lautet der Leitsatz – und steht für gelebte Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. „*Wir wollten mit der Foundation etwas zurückgeben und unseren Kunden und deren Gästen die Möglichkeit geben, sich daran zu beteiligen. Unter dem Motto Mit jeder Tasse Gutes tun fließen pro verkaufter Tasse 2 Cent zu 100% in die Foundation-Projekte.*“ erklärt Sabine Epping im Gespräch.

Blick in die Zukunft

Mit der erstmaligen Vorstellung der Kaffeemaschinenmarke Barista One auf internationaler Bühne auf der HOST in Mailand (17.–21. Oktober 2025) schlägt CUP&CINO das nächste Kapitel seiner Erfolgsgeschichte auf. Ab 2026 sollen die Maschinen weltweit unter dieser Marke vertrieben werden. Parallel arbeitet die nächste Generation bereits an neuen Ideen: Unter der Führung von Belinda und Niklas Epping entsteht eine Marke im Segment gesunder Ernährung und Wellbeing, die insbesondere junge Zielgruppen ansprechen soll. Auch in der Gastronomie setzt CUP&CINO neue Akzente – etwa mit dem Espresso Martini Premix. Nach einem erfolgreichen Testlauf ist der Drink ab 2026 für allen Gastronomiekunden verfügbar.

Weitere Informationen unter:
CUP&CINO Kaffeesystem-Vertrieb GmbH & Co. KG
cupcino.com I www.cupcino.com

Die CUP&CINO Erfolgsgeschichte in Zahlen

1995	Gründung am 21. September; Premiere auf der GÜWA in Gütersloh
1996	Start des deutschlandweiten Maschinenvertriebs
1998	Erster internationaler Partner in Österreich
2002	Aufbau eines Franchisesystems mit rund 80 Coffee Houses weltweit
2006	Einführung der Konzepte Latte Pralino und TEAaMO
2013	Entwicklung eines Vollautomaten mit Milchschaum in Latte-Art-Qualität
2016	Gründung der CUP&CINO Foundation
2017	Beginn der Eigenfertigung von Kaffeemaschinen in Hövelhof
2019	Einzug in die neue Firmenzentrale
2020	Markteinführung der Latte Art Factory
2022/2023	Dreifacher Best New Product Award der SCA
2025	Int. Weltpremiere der Marke Barista One auf der HOST in Mailand

VR DACH 01-2026.indd 90 18.12.2025 10:07:42

BESTES WASSER
EFFIZIENT & INNOVATIV

MIT DER NEUEN BWT BESTAQUA ROC FAMILIE BRINGT BWT WATER+MORE **HOCHEFFIZIENTE WASSEROPTIMIERUNG** IN GASTRONOMIE UND HOTELLERIE – **FÜR BESTEN GESCHMACK, OPTIMALEN MASCHINENSCHUTZ** UND **MAXIMALE ANWENDERFREUNDLICHKEIT**.

Wasser ist die Grundlage jeder guten Tasse Kaffee – und ein entscheidender Faktor für die Langlebigkeit professioneller Küchentechnik. Mit der neuen BWT bestaqua ROC Produktfamilie hebt BWT water+more die Wasseraufbereitung jetzt auf ein neues Niveau. Die innovativen Umkehrosmose-Systeme sind kompakt, effizient, leicht zu bedienen und genau auf die Anforderungen der modernen Gastronomie zugeschnitten. „*Unser Ziel war es, die Umkehrosmose-Technologie einfacher und praxisgerechter zu machen*“, erklärt Dr. Frank Neuhausen, Geschäftsführer der BWT water+more Deutschland GmbH. „*Mit der BWT bestaqua ROC Familie bieten wir Systeme, die sich mühelos installieren und intuitiv steuern lassen – ohne technisches Spezialwissen.*“ Herzstück der Technologie ist eine Hochleistungsmembran, die das Rohwasser unter Druck von Begleitstoffen wie Kalk, Gips und Chlorid befreit.

Drei Modelle für jeden Einsatz

Die BWT bestaqua ROC Linie umfasst derzeit drei Modelle, die auf unterschiedliche Anforderungen ideal abgestimmt sind:

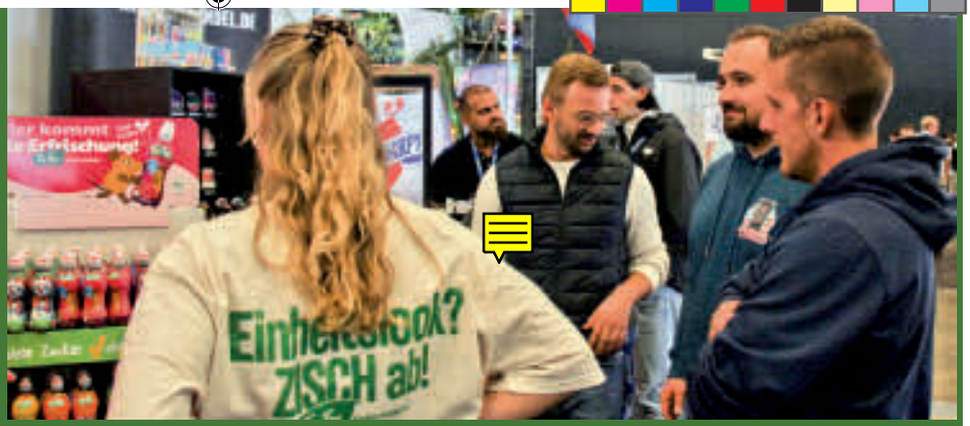
- BWT bestaqua ROC: Ideal für Spülmaschinen, Backöfen, Kombidämpfer und Dampferzeugung. Das System liefert bis zu 180 Liter pro Stunde – schnell, zuverlässig und mit minimalem Wartungsaufwand.
- BWT bestaqua ROC Coffee: Die Speziallösung für Cafés. Sie kombiniert Umkehrosmose mit der patentierten BWT Magnesium-Technologie, die dem Wasser Magnesium hinzufügt. Das Ergebnis: Optimale Extraktion und volles Kaffeearoma.
- BWT bestaqua ROC Min: Entwickelt für Regionen mit besonders salzhaltigem Rohwasser. Die Kombination aus Umkehrosmose und Remineralisierung schützt zuverlässig vor Korrosion und sorgt für ausgewogenes Wasser.

Intuitive Bedienung – smarter Service

BWT water+more entwickelt maßgeschneiderte Lösungen zur Optimierung von Trink- und Prozesswasser – mit dem Ziel, Geräteschutz, gleichbleibende Produktqualität und nachhaltige Betriebsprozesse zu gewährleisten. Im Fokus stehen dabei Anwendungen für Kaffee- und Espressomaschinen, Kombidämpfer, Backöfen, Spültechnik und Vending-Systeme. Dank Plug-In-Technologie lassen sich die Filterkerzen ohne Werkzeug austauschen: auspacken, anschließen, fertig. Über die BWT App können Betreiber zudem alle Anlagenparameter bequem per Smartphone oder Tablet überwachen und individuell anpassen – vom Salzgehalt bis zu den Betriebszeiten.

Weitere Informationen unter:
BWT Sports & Digital Services GmbH
shop@bwt.com Iwww.bwt.com

VR DACH 01-2026.indd 91 18.12.2025 10:07:42



ZISCHT ORDENTLICH

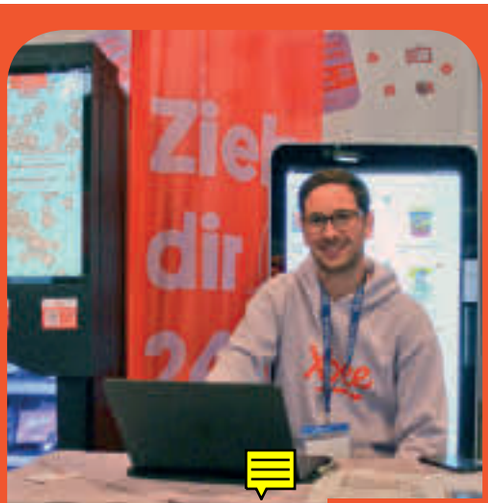
TeeFee, eine Marke der la marchante GmbH, hat im Jahr 2025 gezeigt, wie Haltung in Taten übergeht. Engagement verbindet, kleine Impulse entfalten große Wirkung und die Marke kann wachsen, ohne die eigenen Firmenwerte – zuckerfrei, bio, fair und mit echter Verantwortung – zu verlieren. Sei es bei der Partnerschaft mit der Frankfurter Tafel, beim Benefizlauf *„Lauf für mehr Zeit“*, der FFH-Fußballschule oder der Bio-Brotbox Frankfurt: Das Unternehmen aus Frankfurt am Main war dort präsent, wo Bewegung, Gesundheit und Gemeinschaft aufeinandertreffen, und hat Familien und Kinder mit erfrischenden, kindgerechten und nachhaltigen Getränken unterstützt. Jede Aktion hat gezeigt: Wirkung entsteht dort, wo Menschen zusammenkommen.

Ein besonderes Highlight in diesem Jahr war der Besuch der Vendtra 2025, wo sich TeeFee in der Newcomer-Area präsentierte und Operatoren ihr vielfältiges Portfolio im Bereich zuckerfreier Erfrischungsgetränke vorstellte. Besonders viel Aufmerksamkeit erhielt dabei die *„Zisch“*. Dabei handelt es sich um die erste Teelimonade auf dem Markt. Sie wird in den Geschmacksrichtungen Orange und Apfel angeboten und besteht aus einer Mischung aus Teeaufguss und Mineralwasser. Ein spannendes Produkt für verschiedene Standorte wie Bahnhöfe und Flughäfen. Aber auch für Schulen, Universitäten, Freizeitparks oder Einkaufszentren ist sie bestens geeignet. *„Die Besucher der Vendtra reagierten sehr interessiert auf unsere ‚Zisch‘“*, so Marco M. Rühl zum Messegeschehen. *„Wir setzen auf natürliche Zutaten, ehrliche Rezepte und ein starkes Bewusstsein für Nachhaltigkeit. Das kam an.“*

Auch für das Jahr 2026 möchte TeeFee diesen Kurs weiter verfolgen und leckere, natürliche Getränke ohne Zucker- und sonstige Zusätze für Segmente wie die Vendingbranche anbieten.

Weitere Informationen unter:
la marchante GmbH
happy@tee-fee.de I www.tee-fee.de

ZIEHT 24/7



Die Vendingbranche befindet sich im Umbruch. Immer wieder kommen Unternehmen auf den Markt, die frischen digitalen Schwung in die Welt des Vendings und des Smart Retail bringen. Xibee ist ein solches Unternehmen. Der Anbieter aus Österreich war auf der Vendtra 2025 präsent.

In der Newcomer-Area konnten sich Interessierte über die Plattform von Xibee informieren, die Automaten, Hofläden und Smartstores sichtbar, vernetzt und nutzerfreundlich machen soll. Per App und Web-Portal können Kunden Standorte finden, Sortimente einsehen, Live-Füllstände prüfen und digitale Services nutzen. Dieser Ansatz stieß bei vielen Messebesuchern auf echtes Interesse. Denn Xibee betrachtet Automaten nicht nur als Geräte, sondern als moderne 24/7-Versorgungsorte, die eine digitale Reichweite und einen besseren Service verdienen.

Für das Jahr 2026 ergeben sich spannende Perspektiven: Das Unternehmen könnte sein Netzwerk weiter ausbauen, mehr Betreiber – vom regionalen Hofladen bis zum urbanen Smartstore – einbinden und zusätzliche Funktionen für mehr Transparenz, Kundenbindung und Echtzeit-Informationen entwickeln. Die Vision bleibt klar: Regionale Anbieter sollen sichtbarer gemacht werden, Automaten sollen smarter verbunden werden und Kunden sollen rund um die Uhr Zugang zu modernen SB-Angeboten erhalten.

Weitere Informationen unter:
Xibee GmbH
info@xibee.io Iwww.xibee.io

VR DACH 01-2026.indd 92 18.12.2025 10:07:45

NEUE STRATEGIEN FÜR VENDING & OCS

FÜR TCN, MIT HAUPTSITZ IN NINGXIANG, HUNAN (CHINA), WAR DIE VENDTRA 2025 MEHR ALS NUR EINE REINE PRÄSENTATIONSBÜHNE: SIE MARKIERTE EINEN **STRATEGISCH WICHTIGEN SCHRITT** IN RICHTUNG **VERSTÄRKTER PRÄSENZ AUF DEM EUROPÄISCHEN VENDING-MARKT**.

TCN ist seit 2003 im Vending-Geschäft tätig und hat sich seither zu einem der größten Vending-Maschinenhersteller weltweit entwickelt. Laut Firmenangaben umfasst das Werkgelände mehrere hunderttausend Quadratmeter, die Produktionskapazität liegt bei bis zu 300.000 Maschinen pro Jahr.

Mit eigener Metallverarbeitung, automatischer Lackierlinie sowie einem internen Entwicklungszentrum — also eigener Forschung und Entwicklung — bietet TCN eine vollständig integrierte Wertschöpfung: Vom Design über Produktion bis hin zu Fertigung und Montage.

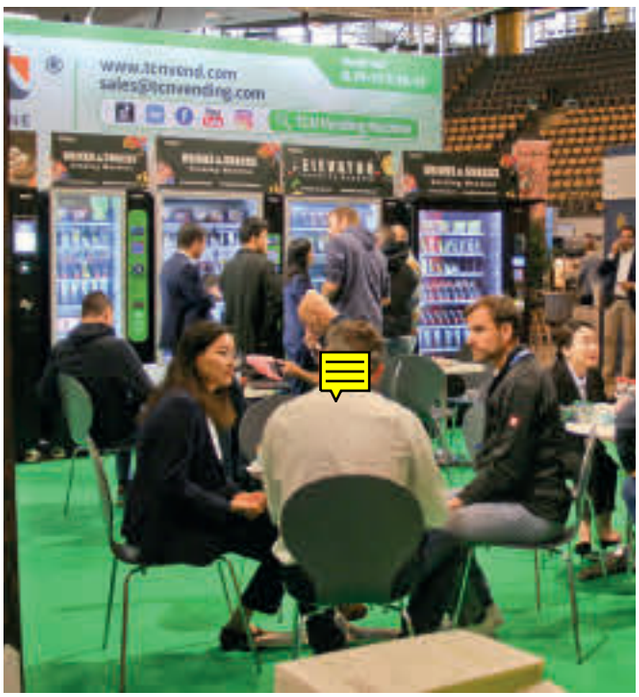
Vielfalt vom Snack bis zum Spezialautomaten

Auf der eigenen Webseite zeigt TCN eine breite Palette an Kategorien: Snack & Drink Vending, Healthy Food, Frozen Food, Hot Food, Coffee Vending, Micro-Market Maschinen, Book Vending, Automaten mit Altersverifikation, PPE- oder Pharmacy-Vending, Vending-Locker und OEM/ODM-Lösungen. Damit adressiert TCN nicht nur klassische Verkaufsautomaten für Snacks und Getränke, sondern auch Nischen wie frische oder tiefgefrorene Lebensmittel, warme Mahlzeiten, Hygieneartikel, Pharma, Bücher oder Fachprodukte — kurz: ein ganzes Spektrum an Self-Service-Retail.

Messeauftritt auf der Vendtra 2025

Der Auftritt von TCN auf der Vendtra 2025 in München war bewusst auf Wachstum und europäische Expansion ausgerichtet. Die Vendtra, die vom 23.–24. September 2025 in der Olympiahalle stattfand, richtet sich an Fachbesucher aus Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie Nord- und Osteuropa und zählt zu den wichtigsten Branchentreffen der Vending- und Kaffeeserviceindustrie. Für TCN bot die Messe eine ideale Plattform, um das breite Spektrum an Automatenlösungen einem europäischen Fachpublikum vorzustellen — von klassischen Snack- und Getränkeautomaten über gesunde Lebensmittel- und Hot-Food-Lösungen bis hin zu High-Tech-Modellen mit Touchscreens, Bezahl- und Fernwartungssystemen. Auf diese Weise zeigte TCN, dass man nicht bloß auf Massenproduktion setzt, sondern auch auf Flexibilität und moderne Technik, um den Anforderungen internationaler Märkte gerecht zu werden.

Weitere Informationen unter:
TCN Vending Machine
Tel.: +86 (0) 18774 86382 1 - sales@tcnvending.com - www.tcnvend.com



VR DACH 01-2026.indd 93 18.12.2025 10:07:47

Dem Finanzamt ein Schnippchen schlagen!

VR DACH 01-2026.indd 94 18.12.2025 10:07:49

Steuerfreie Vorteile für Arbeitnehmer

Eine klassische Gehaltserhöhung führt häufig auch zu höheren Steuern und Sozialabgaben. Eine attraktive Alternative können Sachbezüge sein – also Zusatzleistungen in Form von Waren oder Dienstleistungen, die unter bestimmten Voraussetzungen steuer- und sozialversicherungsfrei bleiben. Seit 2022 liegt die Sachbezugsfreigrenze bei EUR 50,-- pro Monat.

Steuerfreie Sachbezüge – was gilt für Arbeitgeber?

Arbeitgeber können ihren Beschäftigten monatlich Sachbezüge im Wert von bis zu EUR 50,-- zusätzlich zum regulären Arbeitslohn gewähren. Dabei handelt es sich um eine Freigrenze, nicht um einen Freibetrag.

Das bedeutet: Wird der Grenzwert – auch nur um einen Cent – überschritten, ist der gesamte Betrag steuer- und sozialversicherungspflichtig. Pauschal versteuerte Sachbezüge werden bei der Prüfung der Freigrenze nicht berücksichtigt.

Was zählt als Sachbezug?

Als Sachbezüge gelten alle nicht in Geld bestehenden Leistungen, die der Arbeitgeber seinen Mitarbeitenden zusätzlich zum Arbeitslohn gewährt. Dazu zählen insbesondere geldwerte Vorteile, die nicht als Barlohn ausgezahlt werden.

Nicht unter die Freigrenze fallen Leistungen, für die bereits amtliche Sachbezugswerte festgelegt sind – beispielsweise für Mahlzeiten oder Unterkunft. Diese müssen regulär über die Lohnabrechnung versteuert werden.

Kleie Geschenke bis EUR 50,-- : So bleiben sie steuerfrei

Geschenke ohne konkreten Anlass können ebenfalls als steuerfreie Sachbezüge gewährt werden, sofern sie innerhalb der Freigrenze bleiben. Beliebt sind hier beispielsweise Blumen, Bücher, Feinkost oder kleine Präsente. Auch Eintrittskarten für Konzerte oder Sportveranstaltungen sind möglich – vorausgesetzt, sie werden nicht bar ausgezahlt oder in Geld umgewandelt.

Gutscheine und Prepaid-Karten im Rahmen der Freigrenze

Gutscheine und Guthabenkarten zählen zu den beliebtesten Sachzuwendungen. Damit sie steuerfrei bleiben, müssen sie zweckgebunden sein – also auf bestimmte Geschäfte, Produktgruppen, Dienstleistungen oder Verwendungszwecke beschränkt. Hierunter fallen zum Beispiel:

- Centergutscheine
- Sogenannte *„City-Cards“*
- Wiederaufladbare Geschenkkarten für den Einzelhandel
- Tankkarten einer vom Arbeitgeber bestimmten Tankstellenkette
- Karten eines Online-Händlers zum Bezug seiner eigenen Waren und Dienstleistungen

Gebühren für die Ausstellung oder Aufladung solcher Karten sind nicht in die Freigrenze einzurechnen. Wichtig: Der Gutschein darf keine Barauszahlung oder Umwandlung in Geld ermöglichen – auch nicht beim Umtausch.

Mitgliedschaft im Fitnessstudio als steuerfreier Sachbezug

Auch Beiträge für Fitnessstudios oder Sportkurse können steuerfrei bleiben, sofern der geldwerte Vorteil die Freigrenze nicht übersteigt. Entscheidend ist, dass der Arbeitgeber selbst Vertragspartner des Fitnessstudios ist und die Kosten direkt übernimmt. Erstattet der Arbeitgeber lediglich die Mitgliedsbeiträge des Arbeitnehmers, handelt es sich dagegen um eine Barzuwendung, die steuer- und abgabenpflichtig ist.

Leistungen ohne Anwendung

Für bestimmte Leistungen gilt die Freigrenze nicht. Dazu gehören unter anderem die private Nutzung eines Firmenwagens, Mahlzeiten in der Betriebskantine sowie geldähnliche Vorteile wie Prepaid-Kreditkarten oder zweckgebundene Geldzahlungen. In diesen Fällen ist der geldwerte Vorteil voll zu versteuern und sozialversicherungspflichtig.

Voraussetzungen zur Nutzung der Sachbezugsfreigrenze

Damit die Steuerfreiheit greift, müssen die Sachbezüge zusätzlich zum ohnehin geschuldeten Arbeitslohn gewährt werden. Das bedeutet:

- Der Sachbezug darf nicht auf den Lohn angerechnet werden.
- Der Anspruch auf Arbeitslohn darf sich nicht aufgrund der Sachleistung verringern.
- Der Sachbezug darf nicht anstelle einer zukünftigen Gehaltserhöhung gezahlt werden.
- Fällt die Sachleistung weg, darf sich das Gehalt nicht automatisch erhöhen.

Diese Voraussetzungen gelten unabhängig davon, ob der Arbeitslohn tariflich geregelt ist. Ein Sachbezug darf also kein Ersatz für tariflich geschuldetes Entgelt sein.

Kontakt: Steuerring e.V.
64289 Darmstadt
Alsfelder Str. 10
Tel. +49 (0) 6151 9784800
info@steuerring.de
www.steuerring.de

VR DACH 01-2026.indd 95 18.12.2025 10:07:50

MIT INNOVATIVEN „**REFILL+**“-HYDRATIONS-SYSTEMEN **ÜBERZEUGT** AQUABLU **KUNDEN UND PARTNER** AUF DER MESSE DER VENDING-BRANCHE – UND UNTERMAUERT SEIN WACHSTUM ALS **TECHNOLOGISCHER VORREITER** IN EUROPA. AUF DER VENDTRA 2025 IN MÜNCHEN PRÄSENTIERTE SICH AQUABLU SEHR ERFOLGREICH: DER MESSESTAND ZOG INTERNATIONALES FACHPUBLIKUM AN, LIVE-DEMONSTRATIONEN ÜBERZEUGTEN DURCH **FUNKTIONSVIELFALT UND NACHHALTIGKEITSNUTZEN**, UND ES ENTSTANDEN **ZAHLREICHE NEUE PARTNERSCHAFTEN**.

NACHHALTIGE HYDRATION IN **DIE WELT & NACH MÜNCHEN**

Aquablu, ein international agierender Anbieter smarter Hydrationslösungen, hat sich als wegweisender Innovator im Bereich der Getränkeversorgung etabliert. Das Unternehmen bietet mit seinem modular aufgebauten „*Refill+*“-System eine intelligente Alternative zu klassischen Wasserspendern und Einwegflaschen: Nutzer können zwischen stillen, gekühlten, prickelnden oder funktional angereicherten Getränken mit Vitaminen, Mineralien und Elektrolyten wählen – und das ganz ohne Zucker und ohne Abfall durch Einwegplastik. Die intuitive Bedienoberfläche und das fortschrittliche Filtersystem, das Bakterien, Verunreinigungen und Mikroplastik reduziert, machen das System insbesondere für Büros, Hotels und Gewerbe attraktiv und helfen Unternehmen, Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Neben dem Fokus auf Produktinnovation verfolgt Aquablu eine klare ökologische Mission: Die Technologie des Unternehmens zielt darauf ab, bis 2030 nachhaltig Milliarden von Einwegplastikflaschen einzusparen und gleichzeitig CO_2-Emissionen zu reduzieren, die durch Transport und Produktion von Flaschengetränken entstehen. Besonders für moderne Arbeitsplätze bietet Aquablu damit eine Lösung, die Wohlbefinden und Produktivität fördert und zugleich logistische Aufwände und Kosten minimiert.

Erfolgreicher Auftritt in München

Auf der Vendtra 2025 in München präsentierte Aquablu seine Vision und Produktpalette einem internationalen Fachpublikum aus Vending-Operatoren, Distributoren und Technologiepartnern. Der Messestand des Unternehmens wurde zu einem zentralen Treffpunkt für Gespräche über nachhaltige Konzepte im Getränke- und Snackmarkt sowie zur Plattform für Live-Demonstrationen des Refill+-Systems. Zahlreiche Besucher nutzten die Gelegenheit, sich vor Ort von der Funktionalität, dem modularen Ansatz und den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten zu überzeugen. Parallel gewann Aquablu Insights über zukünftige Anwendungsszenarien und knüpfte neue Kooperationen, die seine Position im europäischen Markt weiter stärken. (Beobachtungen basierend auf Branchenberichten) Mit seinem Auftritt auf der Vendtra 2025 hat Aquablu eindrucksvoll unter Beweis gestellt, dass Hydration mehr sein kann als ein Grundbedürfnis: Sie ist Teil zeitgemäßer und digital ausgerichteter Versorgungskonzepte. Damit rückt das Unternehmen in den Fokus von Partnern, die Vendingangebote innovativ weiterdenken wollen.

Weitere informationen:
Aquablu
+31 (2) 0808 0180
www.aquablu.com | info@aquablu.com

VR DACH 01-2026.indd 96 18.12.2025 10:07:51

ANDROID-BASHER MIT GLOBALEN AMBITIONEN

Ein Android-Terminal, das auch Vending rocken könnte – klingt das zu schön, um wahr zu sein? Nicht mit WizarPOS. Der Anbieter hat weltweit über 3 Mio. Geräte im Einsatz, arbeitet mit Distributoren in über 100 Ländern – darunter auch einigen europäischen – zusammen und bringt ordentlich Feuerkraft in Richtung Self-Service-Stationen. WizarPOS ist zwar keine Vending-Marke, aber ihre Produkte klingen wie für vending-ready Hardware gemacht. Besonders hervorzuheben sind die europaweiten EMV-Zertifikate, die Android-Flexibilität und der Terminal-Gateway-Stack. Genau das, was smarte Automaten brauchen. Wer hier zuerst pilotiert, könnte als Erster mit einem echten Embedded-Zahlterminal durchstarten.

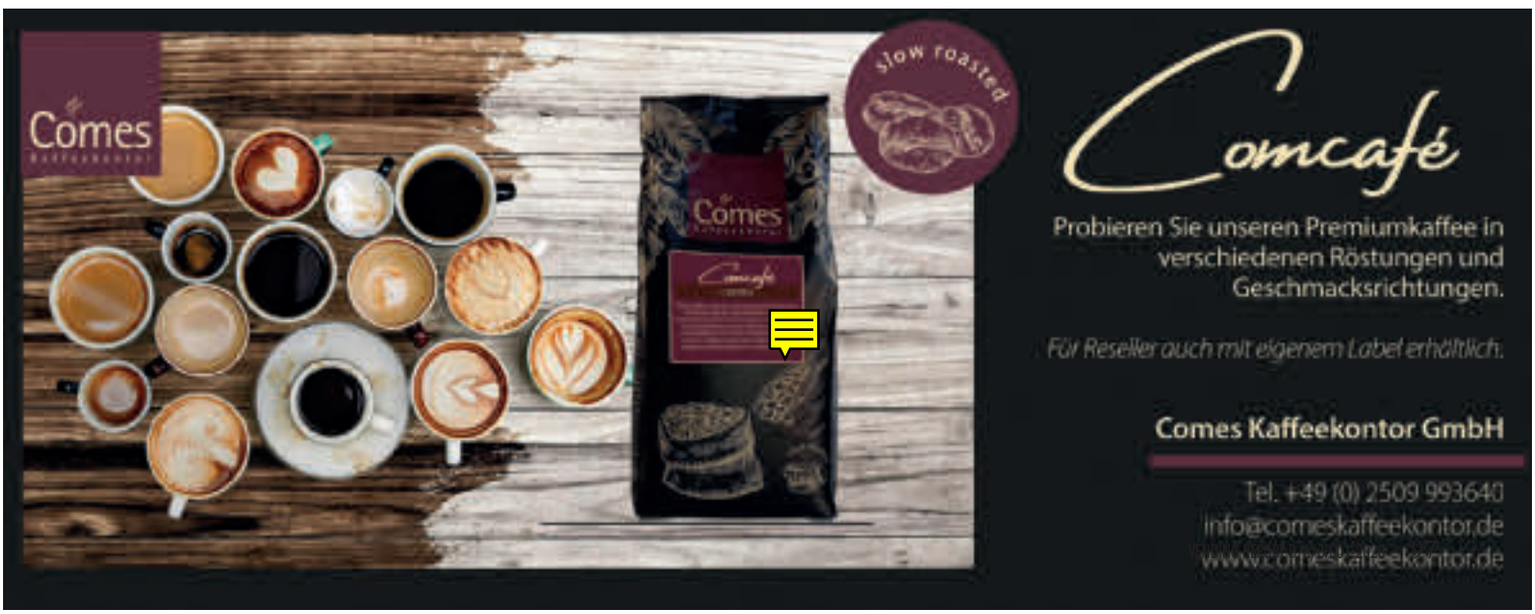
Was smarte Automaten brauchen

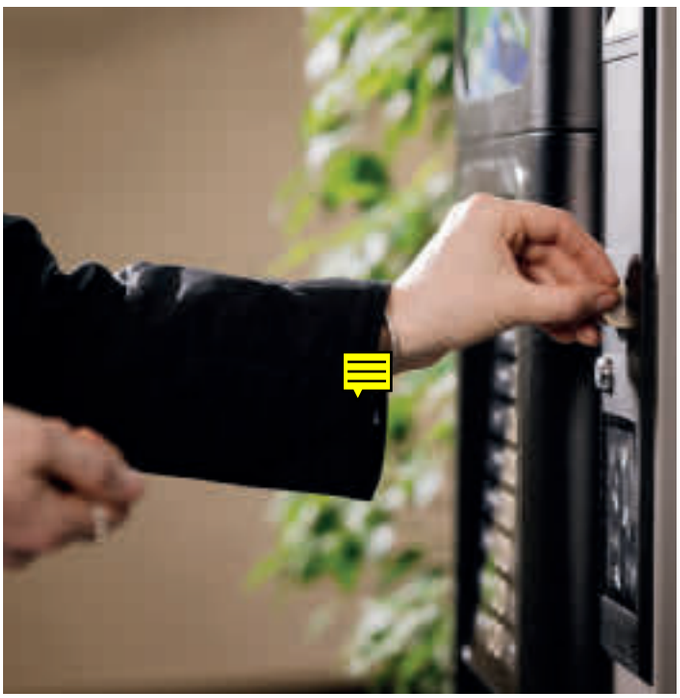
WizarPOS ist keine Vending-Marke per se – aber was sie bauen, klingt wie für vending-ready Hardware gemacht. Besonders: europaweite EMV-Zertifikate, Android-Flexibilität und Terminal-Gateway-Stack. Genau das, was smarte Automaten brauchen. Wer hier erstmal pilotet, könnte als erster mit einem echten Embedded-Zahlterminal durchstarten

Inspiration für Operator

- **Embedded-Terminal** im Kühlschrank. Einfach in Smart-Fridge integrieren, NFC-Bezahlung plus digitale Angebote, ohne großen Umbau
- **Ticket-Validator im Kiosk:** EV-Adapter fürs Parkhaus, Campus oder Messe.
- **Pop-up-Micro-Markets:** Mobiles Q3 in Multi-Vend-Lösungen oder temporären Boxen auf Messen, Baustellen und Co.
- **Transport-Kombination:** Dank der Partnerschaft mit Coseco (NL) erhalten Sie Zugang zu ÖPNV-/Ticketing-Use-Cases

Weitere Informationen unter:
WizarPOS
Tel.:+86 (0) 216031 8218
contactus@wizarpos.com
www.wizarpos.com





VERNETZTE PAYMENT-SYSTEME

EIN ZWEIGETEILTER VENDING-MARKT: WARUM **VERNETZTE ZAHLUNGSSYSTEME** ZUM **ZUVERLÄSSIGSTEN ORIENTIERUNGSPUNKT** FÜR OPERATOR WERDEN. WER VERSTEHEN MÖCHTE, WIE EUROPÄER HEUTE KONSUMIEREN, SOLLTE EINEN BLICK AUF DIE DATEN AUS DEM VENDING WERFEN.

Über Tausende vernetzter Automaten zeigt sich ein eindeutiger Trend: Der Markt bricht weder ein noch erlebt er einen Boom – er teilt sich. Premium-Standorte verlangen ein besseres Nutzererlebnis, während preisorientierte Plätze wachsen, weil sie Verlässlichkeit bieten. Die Mitte hingegen verschwindet zunehmend. Das ist keine Theorie. Es zeigt sich klar in Marktdaten, im Austausch mit Operatoren und in den täglichen Transaktionsströmen, die über Coges-Zahlungssysteme und Vendon Cloud laufen.

Die neue Zweiteilung des europäischen Vending-Marktes

Aktuelle Zahlen zeigen: Die Gesamtverkäufe steigen nur leicht, aber das Konsumverhalten verschiebt sich deutlich. Bean-to-Cup dominiert inzwischen den europäischen Heißgetränkesektor, und der OCS-Bereich wächst weiter, während traditionelle Vending-Geräte rückläufig sind (European Vending Association Report 2024). Premium-Standorte erwarten schnellen Service, nahtlose Payment-Prozesse und stabile Getränkequalität. Jede Abweichung spiegelt sich sofort im Zahlungsverkehr wider – etwa durch weniger Morgen-Transaktionen, untypische Spitzen oder veränderte Kaufzyklen. Vernetzte Coges-Systeme in Kombination mit der Vendon Cloud helfen Operatoren, solche Signale frühzeitig zu erkennen und die Qualität konsequent zu sichern. Standorte im Value-Segment funktionieren nach einer anderen Logik. In Fabriken, Logistikzentren oder Hochschulen zählen vor allem Betriebszeit und Kosteneffizienz. Hier liegt der größte Vorteil in präzisem Timing: nachfüllen, wenn es nötig ist; warten, wenn es erforderlich ist; reagieren, wenn echte Daten statt Annahmen Handlungsbedarf zeigen. Integrierte Payment- und Telemetrie-Lösungen liefern die Transparenz, die Operator in margenschwachen Umfeldern dringend benötigen.

Operator müssen mittelmäßige Standorte entweder klar vereinfachen oder gezielt aufwerten. „*Weiter so*“ ist selten eine tragfähige Strategie. Vernetzte Daten werden zum entscheidenden Faktor, um zu erkennen, ob ein Standort noch Potenzial besitzt oder nicht. Während der Markt sich polarisiert, bleibt ein Grundsatz konstant: Einheitliche Systeme sind entscheidend. Wenn Coges-Zahlungslösungen vollständig im Vendon-Cloud-Ökosystem arbeiten, erhalten Operatoren eine präzise Gesamtübersicht auf Umsätze, Nutzerverhalten und Maschinenzustand.

Weitere Informationen unter:
Vendon | Coges
guntermaas@coges.eu | Tel: +49 (0) 173 520 40 30
www.vendon.net
www.coges.net

VR DACH 01-2026.indd 98 18.12.2025 10:07:54

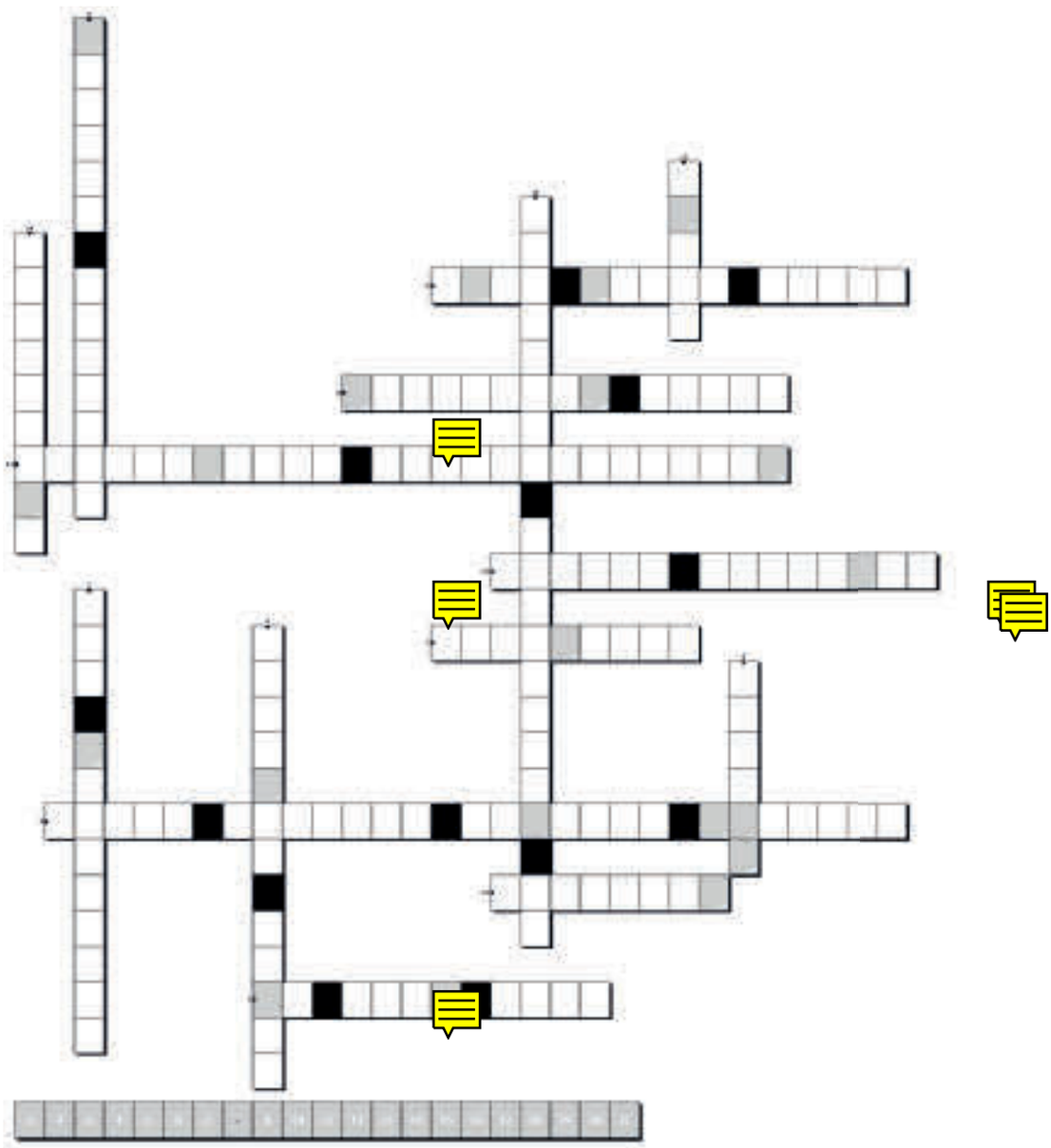
Lucy Hale

Mit einer Bekannten hat sich die Schauspielerin und Sängerin zu einem Coffee to-go verabredet.

VR DACH 01-2026.indd 99 18.12.2025 10:07:55

KREUZWORTRÄTSEL

4 VR-READER



1. Betriebsverpflegung „*Swiss engineered*“
2. Hersteller Bio Salty Mango
3. Premium Incup Products
4. Neuer kompakter Wasserspender
5. Position Steffen Jeromin
6. Premium-Mahlzeiten für Vending
7. 125 Jahre Kaffeetradition
8. Unternehmen Andrea Seitz-Meier
9. Neuer Partner von Valensina
10. Wie frisch aus der Quelle
11. Feiern 35-jähriges Jubiläum
12. Hersteller VPOS Media 4
13. „*Jedes Mal besonders*“-Kampagne
14. Marke Fitnessriegel
15. Unternehmen Jürg Scheidegger

Unter allen Einsendungen mit dem richtigen Lösungswort verlosen wir ein kostenfreies Jahresabo von Vending Report! Einfach mitmachen und an evs@verlagsgruppe-es.com senden.

VR DACH 01-2026.indd 100 18.12.2025 10:07:57

WWW
iOS
Android
Amazon

Entscheiden Sie selbst,
wie Sie lesen und Informationen erhalten wollen.

Print Handbuch	Internet	iOS APP	Android APP	E-Paper
€ 65,--	€ Free	€ Free	€ Free	€ Free

PRINT

www.theofficialredbook.com

WASSER
NEU GEDACHT

The Well Water aus Irland präsentiert ein innovatives Wasserspendersystem, das speziell für die Anforderungen moderner Operator entwickelt wurde. Statt herkömmlicher Gallonen setzt das Unternehmen auf ein Bag-in-Box-System, das nicht nur hygienischer, sondern auch logistisch effizienter ist. Die rechteckigen Wasserboxen sind leichter und platzsparender als herkömmliche Flaschen, was Lagerung und Transport vereinfacht. Zudem reduziert das System den regelmäßigen Wartungs- und Reinigungsaufwand erheblich, da das Wasser direkt aus der versiegelten Box entnommen wird, ohne mit dem Spender in Berührung zu kommen. Ein weiteres Highlight ist die integrierte Cloud-Konnektivität, die eine intelligente Bestandsüberwachung und bedarfsgerechte Lieferung ermöglicht. Das Design des Automaten ist modern und anpassbar mit beleuchteten Frontdisplays, die individuell gestaltet werden können.

Für Operator bietet The Well Water eine nachhaltige und kosteneffiziente Lösung, die den Betrieb vereinfacht und gleichzeitig den steigenden Anforderungen an Hygiene und Umweltfreundlichkeit gerecht wird. Darüber hinaus ist das System ideal für stark frequentierte Standorte wie Büros, Vending-Lounges oder öffentliche Bereiche, da es sowohl bei der Wartung als auch beim Nachfüllen Zeit und Aufwand spart. Für Operator ergibt sich ein modernes, hygienisches Wasserkonzept, das nicht nur wirtschaftlich überzeugt, sondern auch dem wachsenden Bedürfnis nach nachhaltigen Produkten entspricht.

Weitere Informationen unter:
The Well water
Tel: +44 (0) 1368 860600
nfo@thewellwater.com
www.thewellwater.com

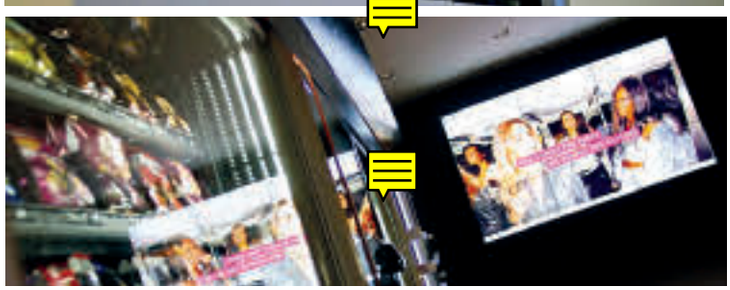
KAFFEE, SNACKS
SERVICE UND CO.

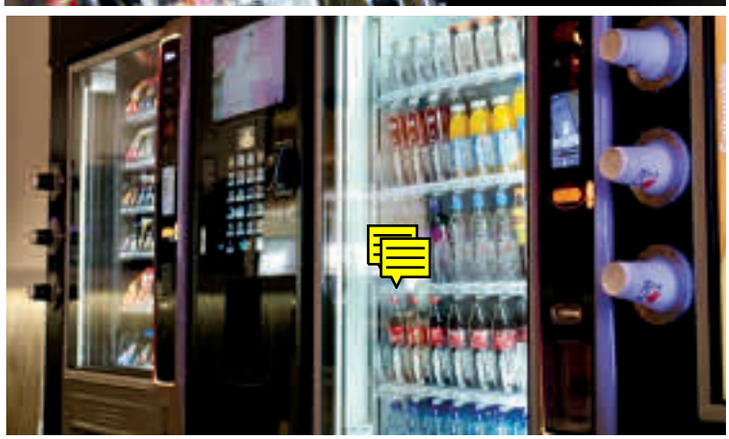
Brodericks ist ein britischer Anbieter von Vending-Lösungen, der sich auf maßgeschneiderte Automatenservices für Unternehmen spezialisiert hat. Mit einem Fokus auf Qualität und Kundenzufriedenheit bietet Brodericks eine breite Palette an Automaten, darunter Kaffeevollautomaten, Snack- und Getränkeautomaten sowie Kombigeräte. Das Unternehmen legt großen Wert auf Nachhaltigkeit und Hygiene, indem es moderne Technologien und umweltfreundliche Materialien in seine Produkte integriert.

Ein besonderes Merkmal von Brodericks ist der umfassende Serviceansatz: Von der Installation über die regelmäßige Wartung bis hin zur Bestandsüberwachung wird alles aus einer Hand angeboten. Dies ermöglicht es den Kunden, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren, während Brodericks für einen reibungslosen Betrieb der Automaten sorgt.

Für Vending-Operator bedeutet die Zusammenarbeit mit Brodericks eine zuverlässige Partnerschaft, die sowohl wirtschaftliche als auch betriebliche Vorteile bietet. Durch die Kombination von hochwertigen Produkten, maßgeschneiderten Lösungen und exzellentem Kundenservice positioniert sich Brodericks als führender Anbieter im britischen Vending-Markt.

Weitere Informationen unter:
BRODERICK GROUP
hi@brodericks.co.uk
+44 (0) 161 945 2020
www.brodericks.co.uk





VR DACH 01-2026.indd 102 18.12.2025 10:07:59

VAPES, WAREN, UND VIELES MEHR

Vendtec Solutions ist ein spezialisierter Anbieter von modernen Verkaufsautomaten. Das Unternehmen hat sich auf maßgeschneiderte Vendinglösungen für unterschiedlichste Einsatzbereiche spezialisiert - von klassischen Snack- und Getränkeautomaten bis hin zu Hightech-Spezialsystemen. Mit langjähriger Erfahrung, technischem Know-how und einem hohen Anspruch an Design und Funktionalität zählt Vendtec zu den innovativsten Anbietern auf dem europäischen Markt.

Das Portfolio deckt ein breites Spektrum ab: Klassische Spiralautomaten für Snacks, Kombigeräte mit Kalt- und Heißzonen, moderne Touch-Automaten mit interaktiver Benutzerführung und kontaktlosen Bezahlmöglichkeiten. Hinzu kommen robuste Outdoor-Modelle, die auch unter schwierigen Witterungsbedingungen zuverlässig funktionieren - ideal für 24/7-Standorte wie Raststätten oder Gewerbeparks. Ein weiterer Fokus liegt auf Speziallösungen, zum Beispiel für Apothekenprodukte, Hygieneartikel, Elektronik oder auch Werkzeuge. Auf Wunsch entwickelt Vendtec auch individuelle Designs und Anpassungen - von der Außenhülle bis zur Software.

Für Operator bietet Vendtec ein Komplettpaket aus Technik, Service und Beratung, das nicht nur auf Funktion, sondern auch auf nachhaltigen Erfolg ausgerichtet ist. Ein Partner für alle, die im Vending flexibel, effizient und zukunftsorientiert agieren wollen.

Weitere Informationen unter:
Vendtec Solutions
Tel: +49 (0) 177205 9890
office@vendtec-solutions.com
www.vendtec-solutions.com

SIRUP FÜR ESPRESSO

Die Kaffeekultur verändert sich: Vor allem jüngere Zielgruppen suchen nach Individualisierung, Abwechslung und neuen Geschmackserlebnissen. Standardkaffee allein reicht oft nicht mehr aus - kreative Toppings, Milchalternativen und vor allem aromatisierte Varianten sind gefragt, auch in der Vending-Branche. Gerade in der Betriebsverpflegung wird der Kaffeeautomat bewusst als Pausenstopper eingesetzt, daher wünschen sich die Endkunden oft mehr als nur schwarzen Kaffee, Milch und Zucker. Sirup spielt dabei eine zentrale Rolle: Mit ihm lassen sich Kaffeespezialitäten einfach aufwerten und dem Kunden ein besonderes Genusserlebnis bieten - ohne großen Aufwand.

Blueberry Roasters aus Polen greift diesen Trend mit einer eigenen Linie hochwertiger Espressosirupe auf - entwickelt für anspruchsvolle Kunden und den Einsatz im professionellen Vending oder in der Gastronomie. Das Sortiment umfasst vielfältige Aromen wie Vanille, Karamell, Haselnuss, Zimt, Rose oder Zitrone und setzt konsequent auf natürliche Zutaten. Der Verzicht auf künstliche Zusatzstoffe sowie die kompakte Größe von 100ml machen das Produkt besonders für Operator interessant, die sich von großen Ketten abheben wollen. Neben dem geschmacklichen Mehrwert punkten die Sirupe durch einfaches Handling und lange Haltbarkeit - zwei entscheidende Faktoren im Vending-Bereich. Sie lassen sich problemlos in Selbstbedienungsstationen oder Servicekonzepte integrieren und eignen sich sowohl für Heiß- als auch für Kaltgetränke. Ob als saisonales Highlight, Signature Drink oder als kundenindividuelle Auswahl: Mit dem richtigen Sirup wird jeder Kaffee zum Erlebnis - und jede Maschine zur kleinen Barista-Station.

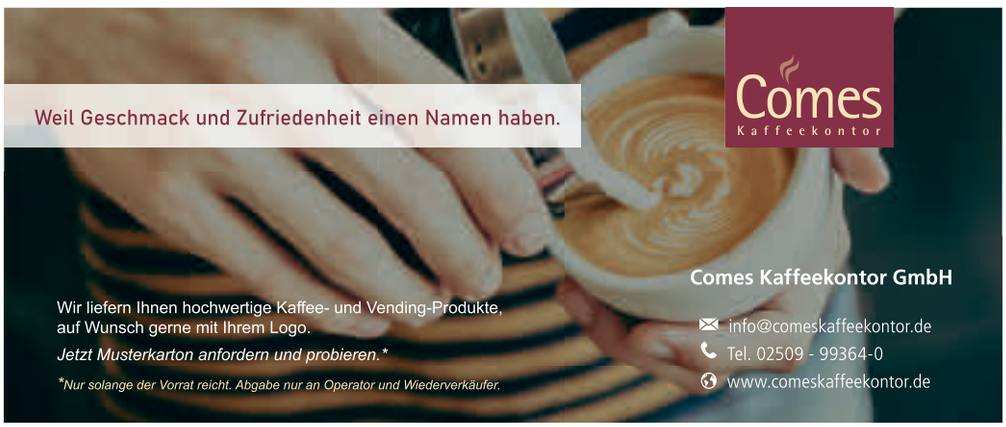
Für Operator bietet der Sirup die Möglichkeit, das bestehende Kaffeeangebot kreativ zu erweitern und neue Zielgruppen anzusprechen - ganz ohne zusätzliche Maschinen oder lange Schulungen. Das „Espresso Syrup Welcome Set“ ist ideal für den Einstieg und ermöglicht das kompakte Ausprobieren mehrerer Sorten. Damit bietet Blueberry Roasters eine clevere Lösung für alle, die Qualität, Flexibilität und Individualität im Automaten- oder Selbstbedienungsbereich kombinieren wollen. Und für ein ganzheitliches Kaffeeangebot hat das Unternehmen natürlich auch ausgewählte Spezialitätenkaffees im Sortiment - frisch geröstet, direkt aus der hauseigenen Rösterei.

Weitere Informationen unter:
Blueberry Roasters
info@blueberryroasters.com
www./blueberryroasters.pl/

VR DACH 01-2026.indd 103 18.12.2025 10:08:02

VR DACH 01-2026.indd 104 18.12.2025 10:08:05

VR DACH 01-2026.indd 105 18.12.2025 10:08:06



VR DACH 01-2026.indd 106 18.12.2025 10:08:09