

Interview zum Thema Digitalisierung VENDING report, DACH 04-21

1. Wie verhält sich die Vending-Branche, Operator und Industrie, im Angesicht der durch die Pandemie immer dringlicher werdenden Digitalisierung? Für wen bringt die Entwicklung Vorteile mit sich, für wen Nachteile?

AW>

Digitalisierung, von uns Deutschen, wie auch unserer Branche lange Zeit mit Argwohn betrachtet, ist hilfreich und . . . letztendlich unverzichtbar; was in den Pandemiezeiten immer deutlicher wird, denn es ändert sich das Kaufverhalten, nämlich hin zum Online-Business so, wie auch das Bezahlverhalten weg vom Cash-Payment und letztendlich auch die Einstellung gegenüber unserer Branche. Gut, wenn wir da nicht die Oldies bleiben und bereit sind, die Herausforderungen anzunehmen.

Die Vorteile aus dieser Entwicklung kann natürlich nur der Nutzen, der nicht nur technikverliebt ist sondern sich auch sortimentsmäßig und zugleich logistisch bewegt; also die Herausforderung auf ganzer Linie erkennt, begreift und annimmt, denn Digital und Telemetrie allein ohne das andere macht keinen Sinn. Es bedarf letztendlich für einen erfolgreichen Aufschlag des stimmen Dreiklangs aus digitaler Technik, stimmender innovativer Sortimentspolitik und passender schnell reagierender Logistik.

2. Waren die Branchenteilnehmerinnen und -teilnehmer lange Zeit eher ‚hinterher‘ in Sachen digitale Tools und werden sie jetzt zum Nachrüsten gezwungen oder ist das gar nicht notwendig?

AW>

Zunächst einmal: Wen meinen wir da? Als Automaten-Fachaufsteller / Vending-Operator sind dabei die arm dran, die sich sozusagen „monogam“ bzw. zu einspurig aufgestellt haben und es an inner- und außerbetrieblicher Flexibilität mangeln lassen. Wer sich nur auf eine Branche eingerichtet hat, die z. B. in der Pandemie in Schräglage gerät, der liegt in der tat daneben. Schlecht auch, wenn dann die Betriebe oder Automatenstandplätze auch von den Automatenkunden nicht mehr erreichbar sind. Gut hingegen ist der Aufsteller dran, der sich beizeiten platz-, branchen- und kundenmäßig breit genug positioniert hat.

Nachholbedarf sehe ich hier ohne Ende. Schauen Sie allein wie viele Newcomer sich inzwischen in erfolgreich unserem Markt tummeln, was wir vor Jahren nie wahrhaben wollten oder vermutet hätten. Das wurde seinerzeit einfach ausgeblendet.

Und dann zu unseren Optionen: Der Wettbewerb unserer Branche gegen z. B. das Online-Shopping ist einfach überfällig. Wir sind nämlich schneller. Und der Kunde ist schneller bei uns. (Beispiel Gaspatrone)

3. Sondert die aktuelle Entwicklung nun automatisch jene aus, die nicht mit der Zeit gehen wollen/können?

AW>

Das ist anzunehmen, und wenn nicht, dann geschieht das sicher in einem zweiten dramatischen Schritt. (Die alte Geschichte: Großvater hat Kaugummiautomaten aufgestellt . . .)

4. An 3) anschließend: Haben Sie Ratschläge/Ideen für Operator, die mit der Situation überfordert sind? Wie kann man reagieren und sich Vorteile erarbeiten?

AW>

Indem man einfach mal „loslässt“ vom Festhalten an sogenannt „Bewährtem“, zunächst einmal „dahinspinnt“, was, auch wenn's verrückt (eben!) klingt, erfolgreich sein könnte. Machen Sie es so wie zu Schulzeiten und ohne Druck eine Stoffsammlung zu erstellen, was möglich sein KÖNNTE.

Dann die Suche nach den INTERESSANTEN Knackpunkten als mögliche Optionen. Die

werden markiert und sind dann auf ihr wirtschaftliches Potenzial hin abzuklopfen.
Schließlich die Entscheidung:

- Was von dem Neuen ist weiterhin von Interesse?
- Wie / Lässt sich das aus heutiger Sicht umsetzen?
- Was bringt' s voraussichtlich ertrags- und gewinnmäßig?
- Haben wir die Mittel und Power dafür / für die Umsetzung?
- Wie sieht unser Plan zur Umsetzung aus?
- Wann und wie legen wir los?

Dass es sich stets lohnt auch ein zweites oder drittes Paar Augen auf solche Ausarbeitungen und Konzepte schauen zu lassen oder gar einen qualifizierten Berater hinzuzuziehen, empfiehlt sich von selbst. Inwiefern der aus unserer Branche sein muss oder nicht, klingt provokativ, weitet aber vielleicht den Blick auf die oben beschriebenen Möglichkeiten, wenngleich ein wenig Branchenerfahrung schon gut wäre.