

# Den OCS-Markt verdreifachen

Mit einer Analyse des getränkeorientierten Betriebsverpflegungsmarktes hat Frieder Steigler wieder einmal neues Potenzial für die Operator gefunden. Nach dem Office Coffee Service (OCS) sollen Operator nun die gesamte Getränkeversorgung bedienen und nicht beim Kaffee aufhören.

Während der Fachmesse Euvend & Coffeena fanden auf dem „Roten Sofa“ viele Vorträge statt, die mehr oder weniger Interesse auf Seiten der Zuhörer fanden. Mehr Zuspruch und Interesse verdient hätte sicherlich der Vortrag von Frieder Steigler, Vorstandsmitglied der Rheavendors-Gruppe, zu der auch Servomat Steigler gehört. Denn die Zahlen, die er zum Heiß- und Kaltgetränkereich im Betriebsverpflegungsmarkt präsentierte, waren für Operator sehr aufschlussreich. So hat die Rheavendors-Gruppe 2016 eine Marktanalyse durchgeführt und festgestellt, dass der Getränkeverbrauch in kleinen und mittleren Betrieben, die 20 bis 100 Getränke am Tag pro Maschinen benötigen, nur zu 25 Prozent mit Kaffee bedient wird. Zirka 75 Prozent des Bedarfs besteht demnach aus diversen Kaltgetränken und Tee. Dabei wird der OCS-Bereich

fast vollständig als Vending-Dienstleistung (Teil- oder Voll-Operating) erfasst. Zieht man das Tee-Segment ab, liegen zirka 63 Prozent des Marktes brach. Zieht man weitere Teile ab, die für das Vending weniger interessant sind, kommen 50 Prozent des Marktes zusätzlich für die Kaltgetränkeversorgung durch den Operator in Frage.

## Dem Markt weiter folgen

Entsprechend fällt das Urteil von Frieder Steigler über die derzeitige Potenzialausnutzung des Vending-Marktes in Deutschland aus. Einerseits lobt er die Operator: „Wir sehen an den Zahlen, dass der Operator im OCS-Vending dem Markt gefolgt ist.“ Das sei sehr positiv, fügt der Branchenkenner an: „Die Branche hat hier einen guten Job gemacht.“ Negativ sei allerdings, dass der Bereich der Kaltgetränke zu wenig bedient



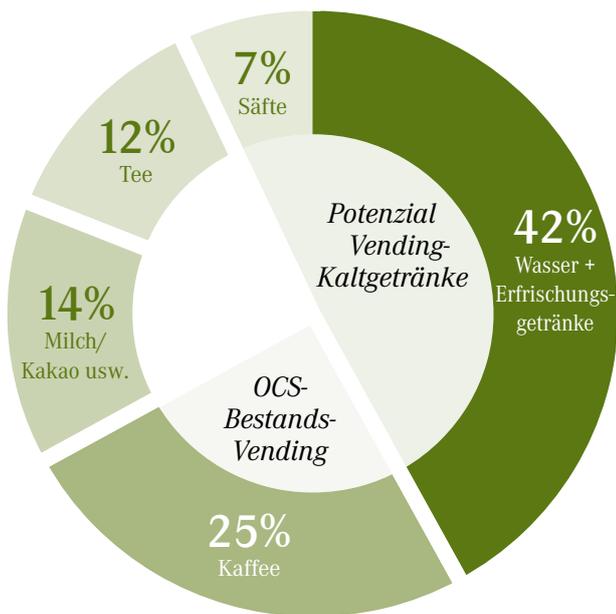
Während der Euvend in Köln hat Frieder Steigler von Rheavendors analysiert, welche Potenziale für den OCS-Operator zusätzlich im Kaltgetränkemarkt schlummern.

werde, obwohl das Potenzial hier riesig sei. 23 Prozent des oben beschriebenen Gesamtmarktes tendieren zu Wasser, 19 Prozent bevorzugen Erfrischungsgetränke (Refreshing-Drinks) und sieben Prozent trinken Saft (siehe Grafik). Nur zirka ein Fünftel des Marktes wird dabei heute im Vending bedient. „Der Operator hat hier aufgehört, den Kundenwünschen zu folgen“, sagt Steigler. Dabei gehe der Trend Richtung natürlichen, gesunden, zuckerreduzierten und funktionalen Wässern und Limonaden sowie Richtung Smoothies.

## Fehlende Automaten

Folglich fragt Steigler, woran es liegen könne, dass der Operator dem Kundenwunsch nicht in der konsequenten Art folge, wie bei den Heißgetränken. Seine Antwort ist einfach und deutlich: „Die Branche hat für diesen Markt bisher nicht die passenden Automaten.“ Zwar gebe es inzwischen zahlreiche Wasser-

spender – auch von Servomat Steigler –, doch nach wie vor komme das Wasser eben aus der Leitung. Viele kleine oder mittlere Unternehmen seien nicht bereit, für nachbehandeltes Leitungswasser Geld auszugeben. Frieder Steigler zeigte während der Präsentation die mögliche Lösung, um stärker als bisher den restlichen Markt durch Operating erobern zu können: die neue La Rhea Cool. Die Maschine im Design der La-Rhea-Kaffeefullautomaten mache aus Leitungswasser prickelndes Mineralwasser mit vielen Varianten sowie Limonade, Smoothies oder speziell mineralisierte Getränke. Weil Wasser und angereicherte Kaltgetränke ein sehr guter Ausgleich zum säurehaltigen Kaffee sind, sei die Vermarktung von Wasserspendern wie beispielsweise der multifunktionalen La Rhea Cool sehr gut aus einer Hand möglich, argumentiert Steigler. Sein Fazit: „Mit den richtigen Maschinen erweitert der Operator sein Potenzial im Office-Markt von 25 auf 75 Prozent.“ **rl** ■



Quelle: Rheavendors Group, Grafik: VendingSpiegel

Nur 25 Prozent des gesamten Getränkemarktes für Büros mit Bezügen von 20 bis 100 Tassen pro Maschine und Tag werden vom Operator im OCS mit Heißgetränken bedient. 75 Prozent des gesamten Marktes könnten aber bedient werden, wenn der Operator die Kaltgetränkeversorgung mit anbietet – mit den richtigen Getränken und Maschinen.