



Michael Maurer, Europ. Kommission EVA

# „Riesiges Potential“

Hartpapier, Kunststoff, PP? Für den Operator bieten sich viele Möglichkeiten im Bereich der Serviceverpackungen an. Welche Lösungen kommen auf dem europäischen Markt zum Einsatz? Und wie kann die Vending-Branche etwa von dem To-Go-Trend profitieren, wo gibt es weitere Chancen?

1) In welchem Verhältnis werden Serviceverpackungen in Ihrem Land überwiegend eingesetzt (Hartpapier/Kunststoff/PP)?

Dazu müssen wir die einzelnen Materialien der Becher erst einmal differenzieren. Der Hartpapierbecher kann sowohl im Heißgetränkebereich, als auch für Kaltgetränke genutzt werden, Polypropylen-Becher (PP) sind nicht besonders stabil und deshalb eher für den Kaltgetränkebereich geeignet. Der Polystyrol-Becher (PS) ist der klassische Becher für Heißgetränkeautomaten.

Das Verhältnis im Heißgetränkebereich liegt in Europa derzeit bei ca. 95 % PS-Bechern zu 5 % Hartpapierbechern, England liegt mit etwa 10 % etwas über dem europäischen Durchschnitt. Hartpapierbecher werden vorwiegend im Public- bzw. im Premium Vending eingesetzt. Der Polypropylen-Becher (PP), auch Klarsichtbecher genannt, hat in Großbritannien eine höhere Bedeutung, da sich dort wesentlich mehr Wasserdispenser im Einsatz befinden.

2) Welche Entwicklungen und Besonderheiten sehen Sie im Bereich Serviceverpackung? Welches Potential gibt es am Markt für neuartige, recyclebare Materialien?

Vor einigen Jahren gab es in Deutschland mal eine Verpackungssteuer, die nach kurzer Zeit wieder abgeschafft wurde. Einige andere europäische Länder haben dieses Thema aufgegriffen und es anschließend genauso schnell fallen lassen. Dem Endverbraucher kommt es nicht auf das Material des Bechers an und nur wenige interessieren sich dafür, ob der Becher aus nachwachsenden Rohstoffen oder recycelbarem Kunststoff hergestellt wurde. Im Betriebsmarkt sieht man den Becher eher als hygienisches Transport-

mittel an und deshalb wird überwiegend die preiswerteste Lösung (PS) angeboten. In einigen EU-Ländern werden die Becher als Rohstoff gesammelt, getrennt und recycelt. Es gibt allerdings keine einheitliche europäische Lösung.

3) To-go ist ein starker gesellschaftlicher Trend. Wie wird der To-Go-Becher von den Operatoren angenommen? Was gilt es zu beachten?

Man kann darüber geteilter Meinung sein, ob to-go ein „gesellschaftlicher“ Trend ist. Fakt ist jedoch, dass wir Europäer uns den amerikanischen Verzehrgeohnheiten immer mehr annähern und der To-Go-Markt ein riesiges Potential darstellt. Es ist auch in anderen europäischen Ländern schwierig, Automaten in der Öffentlichkeit aufzustellen. Es scheitert häufig an behördlichen Genehmigungen.

4) Haben sich Automaten mit Deckelausgabe etabliert? Inwieweit werden Deckel in Ihrem Land im Vending bereits angeboten?

Automaten mit Deckelausgabe sind eher die Ausnahme, oder besser gesagt, eine Rarität. Es gibt einige Automatenhersteller, die einen solchen Automatentyp anbieten, allerdings sind die Absatzzahlen sehr überschaubar.

Natürlich ist ein solcher Automat z.B. im Public Vending sehr interessant. Frisch zubereiteter Kaffee aus ganzer Bohne, im schicken Hartpapierbecher, mit Deckel, wie bei McCafé oder Starbucks. Allerdings scheuen die Operatoren häufig die höheren Investitionen.

5) Wie lautet Ihr Fazit? Was empfehlen Sie Operatoren? Welche Chancen sehen Sie?

Unterteilen wir unseren Vending Markt in drei Kategorien: gewerblicher Bereich, Office-/Premium Vending und Public Vending. Im gewerblichen Bereich sind die Operatoren immer einem Preisdruck ausgesetzt und werden auch künftig (Ausnahmen bestätigen die Regel) PS-Becher einsetzen. Im Office-Bereich wird der Kaffee überwiegend aus der eigenen Tasse konsumiert, auf den ersten Blick nicht gerade der klassische Bechermarkt.

Da über diesen Markt keine genauen Marktdaten vorliegen und trotzdem Zig-Millionen von Bechern, vorwiegend Hartpapierbecher, über Operatoren oder Internethändlern in dieses Segment verkauft werden, ist es auch in Zukunft ein überaus interessanter Markt. Im Public Vending sind wir weiterhin ausbaufähig, allerdings nur, wenn wir den bereits vorher zitierten McCafés und Starbucks auf Augenhöhe begegnen.

Im Produktvergleich können wir gut mithalten, einen schicken Hartpapierbecher mit Deckel werden wir auch noch hinbekommen...wenn, ja, wenn das Wort wenn nicht wäre...



EUROPEAN  
VENDING ASSOCIATION

Weitere Informationen unter:  
[www.vending-europe.eu](http://www.vending-europe.eu)