

„MIT EINEM GEMEINSA- MEN ZIEL KANN MAN VIEL MEHR ERREICHEN.“

Seit mehr als sechs Jahren ist Dipl.-Ing. Johannes Rother Geschäftsführer der Grub Café-Handelsges.mmbH. Seine Aufgabe ist die Stärkung der Kernkompetenzen im Bereich Vending-Füllprodukte.

VR: Wie begann alles / Ihre Karriere in der Vendingbranche?

JR: Der richtige Start in den Vendingbereich erfolgte mit meinem Wechsel zur Uelzena eG Ende der 90er Jahre. Als einer der führenden europäischen Hersteller von Füllprodukten für den Private Label Bereich war und ist man hier stets direkt am Markt. Nach der Uelzena eG legte ich nochmals einen Zwischenstopp zurück zum Zutatenbereich ein. Im Juli 2004 kam ich dann wieder zurück in die Uelzena-Gruppe und übernahm die Geschäftsführung eines der Tochterunternehmen, der Grub Café-Handelsgesellschaft mbH aus Neidenstein.

Wie war der Vendingmarkt als Sie in die Branche eingestiegen sind (leichter oder schwerer)?

Das ist schwer zu sagen, leichter oder schwerer ist aus meiner Sicht immer eine sehr subjektive Wahrnehmung. Es ist auf jeden Fall spannender geworden. Der Markt war bei meinem Brancheneinstieg zumindest übersichtlicher als zum heutigen Tage. Aktuell tummeln sich viel mehr Hersteller auf dem Markt als früher. Diese sind zum einen aus den europäischen Nachbarländern dazugekommen, aber auch im Inland versuchen zusätzliche Hersteller den Markteintritt.

A black and white close-up portrait of Johannes Rother. He is a middle-aged man with short, dark hair, smiling slightly. He is wearing a dark suit jacket, a white dress shirt, and a patterned tie. The background is a plain, light-colored wall.

JOHANNES ROTHER

Außerdem wird eine Reihe von Produkten angeboten, deren Herkunft nicht ganz eindeutig ist.

Bei welchen Unternehmen waren Sie bereits beschäftigt?

Nach dem Studium der Lebensmitteltechnologie war ich in verschiedenen Unternehmen beschäftigt, die Lebensmittelzutaten herstellen. Hier sind die Firmen DGF Stoess AG (Gelatine), Budenheim (Phosphate), FMC (Carrageenane und mikrokristalline Cellulose), Uelzena eG (Füllprodukte für den Vendingbereich und Spezialmischungen für die Lebensmittelindustrie) und Chr. Hansen (natürliche Farbstoffe und Aromen) zu nennen. Begonnen habe ich im Bereich Forschung & Entwicklung und der Anwendungstechnik. Seit meiner Tätigkeit bei FMC kam noch der kommerzielle Bereich hinzu.

Welche Stationen, Aufgaben, Verantwortungsbereiche haben Sie bis heute in der Vendingbranche erlebt?

Da sind zwei Stationen hervorzuheben, nämlich meine Tätigkeit bei der Uelzena eG und meine heutige Tätigkeit als Geschäftsführer bei der Grub Café-Handelsgesellschaft mbH. Meine Aufgaben waren und sind im Bereich des Vertriebes angesiedelt. Während in Uelzen meine letzte Position die des Bereichsleiters Vertrieb Trockenprodukte war, habe ich bei Grub Café die Geschäftsführung übernommen.

Was war die interessanteste Aufgabe/ Situation/ Geschichte in ihrer Laufbahn?

Allgemeine Verbesserungen im Bereich der Automaten, neue Automatentypen sowie Größen prägten in den letzten Jahren den Markt. Hieraus ergaben sich immer wieder neue Anforderungen an die Füllprodukte. Diese Situation haben wir immer gerne aufgenommen und mit neuen Produkten beantwortet. Dabei waren die Produkte teilweise komplett neu oder Rezepturen wurden bezüglich ihrer Zuverlässigkeit im Automaten angepasst. Bei diesen Aufgaben ist immer die Thematik des Kostendrucks mit eingeflossen. Hier haben die Operator nun viel mehr Möglichkeiten auf zuverlässige und geschmacklich hochwertige Produkte zurückzugreifen.

...und welche die skurrilste?

Da gab es in meinen bisherigen Berufsjahren natürlich einige. Die skurrilsten waren Entwicklungsanfragen, die schlichtweg nicht möglich waren, aber vom Auftraggeber trotzdem vehement eingefordert wurden. Hier vor allem aus dem asiatischen Raum... Andere Situationen bezogen sich auf Menschen, aber sicherlich haben Sie dafür Verständnis, wenn ich hierzu lieber keine Ausführungen mache.

Was war Ihrer Meinung nach die einschneidendste Entwicklung im Vending?

"Die einschneidendste Entwicklung" gab es für mich eigentlich nicht, wichtig waren eher die Veränderungen im Kleinen, z.B. die Verbesserung im Teamwork der Hersteller. Ob im Bereich Automaten, Füllstoffe, Wasserzubereitung, Zahlungssysteme... - überall hat es Verbesserungen und komplett neue Konzepte gegeben. Diese Entwicklung wird zum weiteren Wachstum beitragen und auch entscheidenden Einfluss auf das zukünftige Image haben. Beim Image spüre ich in den letzten Jahren eine deutliche Verbesserung. Selbst in manchen Filmproduktionen bleibt nicht mehr der Becher wie in der Vergangenheit im Automaten stecken. Man trifft sich am Automaten um sich ein Getränk am Automaten zu holen und sich mit den Kollegen auszutauschen. Dies ist vor allem im Genre Krimis und Polizeiserien zu beobachten.

Wie beurteilen Sie die Vendingssituation heute?

Vending hat sich eine solide Basis in der Versorgung mit Getränken oder Lebensmitteln erarbeitet. Man ist am Puls der Zeit und durch guten Service wurde ein hoher Grad an Zuverlässigkeit erreicht.

Was würden Sie der Branche heute empfehlen?

Trotz Kostendruck weiterhin mutig bleiben. Nur so sind manche Produkte oder Konzepte überhaupt auf den Markt gekommen. Man darf hier nicht nur über Mindestabnahmemengen sprechen, man muss auch manchmal einfach etwas Neues ausprobieren.

Was sollten Ihrer Meinung nach Operator tun?

Ebenso mutig sein und neuen Produkten eine längere Probephase gewähren. Natürlich stellt sich die Frage, welches bestehende Produkt nehme ich dafür aus dem Automaten? Hier sollte man mal über eine saisonale Produktbestückung des Automaten nachdenken, die für belebende Impulse und deutlichen Mehrumsatz auf bestehenden Aufstellplätzen sorgen kann. Einige Kunden von uns haben dies bereits erfolgreich durchgeführt.

Wie könnte Vending in der Zukunft aussehen?

Im Büro und produzierenden Bereich ist Vending bereits gut vertreten. Im schulischen Bereich fehlen für manche Anforderungen noch die entsprechend angepassten Konzepte. Für mich wird sich Vending in Zukunft aber insbesondere noch viel mehr im öffentlichen Bereich abspielen. Mit dem Image innovativ, einfach und zeitgemäß wird dies auch gelingen.