

**Kaltenegger:** ‚café+co Smart‘ ist ein großes, sehr spannendes und zukunftsweisendes Projekt, das wir in der gesamten Unternehmensgruppe umsetzen werden. Neu wird für den Konsumenten dabei die bargeldlose Bezahlung via App und auch über Kreditkarte sein. Für den Konsumenten muss es *einfach* sein, sich schnell einen Kaffee zu holen und zu bezahlen. Mit der App wird erstmals auch die direkte Kommunikation mit den Konsumenten forciert werden. Bisher lief diese vor allem über unsere Befüller. Kundenwünsche beispielsweise nach neuen Produkten, zur Temperatur des Kaffees – oder natürlich auch Lob – kann

”

*Bei uns werden nicht nur Heißgetränke, sondern immer stärker Erfrischungsgetränke und Snacks nachgefragt.*

**Fritz Kaltenegger**

“

der Konsument dann direkt als Nachricht über die App an uns übermitteln. Damit können wir schneller auf Wünsche eingehen.

Die neuen Geräte sind dazu schon mit einer sogenannten ‚Magic Box‘ ausgestattet. Über diese erhalten wir Informationen, wie viel konsumiert wurde, welche Produkte gekauft wurden und was nachgefüllt werden muss. Damit optimieren wir unseren Service weiter.

**medianet:** *Aber nicht alle trauen dem bargeldlosen Bezahlen via App ...*

**Kaltenegger:** Die Akzeptanz der bargeldlosen Bezahlung über App ist mittlerweile in Österreich gestiegen, weil auch andere Produkte auf diese Weise bezahlt werden können. Interessant ist, dass die Akzeptanz



**Touchpoint**

Die Konsumenten können ab nächstem Jahr mittels einer eigenen café+co App ihren Kaffee bezahlen. Im Bild: Michaela Löwe-Reitbauer, Marketing-Leiterin von café+co.

von derartigen Systemen in Polen und Tschechien fast doppelt so hoch ist wie in Österreich. Wir werden unser Bezahlsystem natürlich auch entsprechend *zertifizieren* lassen, damit garantiert ist, dass die Daten hundertprozentig sicher sind.

**medianet:** *Welche Maßnahmen treffen Sie als einer der führenden Kaffeedienstleister in Zeiten von knapper werdenden Ressourcen und Umweltverschmutzung?*

**Kaltenegger:** Im Bereich der Nachhaltigkeit setzen wir sehr stark auf *regionale* Produkte. Bei den Snacks ist das besonders wichtig, weil es auch die Kundenbindung verstärkt.

Derzeit arbeiten unsere Lieferanten an voll recycelbaren Bechern komplett ohne Kunststoff. Weiters evaluieren wir den Import von Fairtrade-zertifiziertem Bohnenkaffee aus Uganda. Derzeit beziehen wir unseren gefriergetrockneten Kaffee ‚Finest Africa‘ auch aus Uganda – und wir wollen zum geeigneten Zeitpunkt dann mit Bohnenkaffee nachziehen.

**medianet:** *Wie viel Prozent Ihres Kaffees sind bereits von Fairtrade zertifiziert?*

**Kaltenegger:** Aktuell ist der Anteil noch im einstelligen Bereich, wir rechnen aber damit, in den nächsten Jahren die 10%-Marke zu überschreiten.

**medianet:** *Kaffee-Preise unterliegen ja auch großen Schwankungen. Wie liegt der Preis aktuell?*

**Kaltenegger:** Momentan steigt der Preis für die Robusta-Bohnen, Arabica ist stabil. Wir spe-

kulieren jedoch nicht mit Rohstoffen, wir kaufen Qualität in den Mengen, die wir brauchen, bei unseren Röstern ein.

**medianet:** *Sie sind seit erstem April im Amt: Können Sie eine vorläufige Bilanz ziehen nach 100 Tagen?*

**Kaltenegger:** Wir erwarten einen Umsatz ähnlich wie im letzten Jahr, das ja bekanntermaßen ein Rekordjahr war (Anm.: 2015/16 lag der Umsatz bei 205 Mio. Euro) und ein gesundes Wachstum für die gesamte Gruppe.

**Unternehmenszahlen von café+co International**

Entwicklung	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
Umsatz ( in Mio. €)	163	176	186	205
Anzahl der Geräte	63.000	70.000	71.500	72.500
Mitarbeiter	1.420	1.500	1.600	1.800

Automaten-Systeme	Österreich	Ausland
Rund 72.500 Automaten	31.500	41.000

  

Getränke-Kategorien	Heißgetränke	Nicht-Heißgetränke	Office Coffee
	69%	21%	11%

7 von 10 Systemen sind Heißgetränke, 2 Kaltgetränke und Snack, 1 Office System

Quelle: café+co International