Coffee Perfect

"Nicht mehr schnell, sondern gesund wachsen"

Seit 2015 ist Coffee Perfect als Dienstleister in der professionellen Getränkeversorgung für Unternehmen tätig. In dieser Zeit hat der Operator Höhen und Tiefen erlebt und sieht sich nach einem Umbruch im Jahr 2022 auf gesundem Wachstumskurs. Wie der Umschwung gelang, erläutert CEO Heiko Kroll im Interview.

Vending Spiegel Herr Kroll, das noch recht junge Unternehmen Coffee Perfect hat in den letzten drei Jahren einige Veränderungen erlebt: Der Ausbau am Standort Osnabrück, die Einführung neuer Automatentypen und Konzepte wie kürzlich "We proudly serve Starbucks" sowie auch Wechsel in der Geschäftsführung. Bevor wir auf die einzelnen Punkte im Detail eingehen: Wie sehen Sie Coffee Perfect heute im Markt aufgestellt?

Kroll: Aus meiner Sicht sind wir sehr gut und breit aufgestellt, und das in unseren drei Märkten Deutschland, Österreich und Dänemark. Dort haben wir zuletzt weiter Marktanteile ausbauen können. Unser Ziel ist es aber nicht mehr, schnell zu wachsen, sondern gesund zu wachsen, weshalb wir uns seit 2022 kontinuierlich wirtschaftlich gut entwickelt haben.

Vending Spiegel Wie sah die wirtschaftliche Entwicklung zuvor aus?

Kroll: Da gab es Handlungsbedarf: 2021 stand Coffee Perfect vor großen finanziellen Herausforderungen und wir haben das Unternehmen betriebswirtschaftlich auf den Prüfstand stellen müssen. Es gab auch Gespräche mit möglichen Investoren. Statt für einen Verkauf haben wir uns aber für eine



"Wir haben uns seit 2022 kontinuierlich wirtschaftlich gut entwickelt", sagt Coffee-Perfect-CEO Heiko Kroll und will diese Richtung fortsetzen.

großangelegte Anpassung unserer Organisation entschieden, die heute Früchte trägt.

Vending Spiegel Welche Anpassungen haben Sie vorgenommen? Kroll: Zunächst haben wir das Modell der Tassenpreis-Verträge abgeschafft und die Transparenz in unseren Verträgen erhöht – beispielsweise im Hinblick auf die Laufzeit. Gleichzeitig haben

wir technisch anfällige Geräte aus dem Sortiment genommen und unsere Preise nach oben angepasst. Wir setzen jetzt umso mehr auf Qualität als auf Masse. Dazu gehört, dass wir jeden Kunden einer Bonitätsprüfung unterziehen, was durchaus auch dazu führt, dass wir Kunden ablehnen. Schließlich mussten wir die Zahl unserer Mitarbeiter reduzieren und in der Folge Vertriebsgebiete neu aufteilen. Das geht aber einher mit dem Aufbau unserer neuen Unternehmenskultur, bei der wir alle Mitarbeiter stärker einbinden und ein gesundes Maß an Work-Life-Balance bieten.

Vending Spiegel Wie steht es um die geplante Expansion ins Ausland, die in der Vergangenheit immer mal wieder Thema war? Kroll: Vor einigen Jahren hat es einen Versuch in Schweden mit einer eigenen Gesellschaft gegeben, die ich aber wieder aufgelöst habe. Der skandinavische Markt ist sehr speziell. In Dänemark sind wir jetzt profitabel, halten den Markt aber relativ klein und expandieren dort langsam. Derzeit erarbeite ich einen Business-Plan für die Jahre 2024 bis 2026. Wenn wir in ein weiteres Land gehen, dann frühestens 2025. Das könnte erneut Schweden sein oder die Schweiz als logische Erweiterung im deutschsprachigen Raum.

Vending Spiegel Worin liegt davon abgesehen in den kommenden zwei Jahren laut Business-Plan Ihr Schwerpunkt?

Kroll: Wir sind im Bereich Snack sehr stark gewachsen, sogar überproportional. Dort möchte ich in den kommenden Jahren unseren Service und unsere Professionalität weiter ausbauen sowie die Anzahl der Snackautomaten erweitern. Im Bereich Kaffee kann man feststellen, dass der Markt deutlich härter umkämpft ist. Um im Kaffeemarkt unser Profil weiter zu schärfen, erweitern wir unser Portfolio als Qualitätsanbieter. Dazu gehört die Kooperation mit "We proudly serve Starbucks" oder die Partnerschaft mit der Firma Franke. Darüber hinaus lassen wir neue Maschinen entwickeln: 2024 launchen wir ein neues Gerät, mit dem wir im Horeca-Segment neue hochwertige Lösungen anbieten können.

Vending Spiegel Wird das eine Siebträgermaschine?

Kroll: Es geht in diese Richtung, ja. Hier wollen wir unser Portfolio um ein neues Flagg-

Über Heiko Kroll

Heiko Kroll stieß im Juni 2021 als Geschäftsführer Finanzen, Services & Operations zu Coffee Perfect und bildete zusammen mit Marc Beimforde die Unternehmensspitze. Seit dem Unfalltod von Beimforde im Dezember 2021 vertritt Heiko

Kroll das Unternehmen als alleiniger CEO und ist mit 15 Prozent teilhabender Gesellschafter des Unternehmens. Der promovierte Diplom-Kaufmann verfügt über mehr als 20 Jahre Berufserfahrung in Führungs- und Management-Positionen.

VendingSpiegel Ausgabe_1/2_2024



Vor rund drei Jahren wurde in Osnabrück der neue Hauptsitz samt Hochregallager bezogen. Dort stehen dem Coffee Perfect-Team unter anderem 1.600 Quadratmeter Logistikfläche zur Verfügung.

schiff in diesem Bereich erweitern. Zusätzlich wird es ein weiteres neues Zwischengerät geben.

VendingSpiegel Welche Rolle spielt dabei der Hersteller Franke, den Sie erwähnten?

Kroll: Es gab immer schon eine Kooperation mit Franke. Diese haben wir aber im Rahmen einer neuen Partnerschaft wiederbelebt und werden im ersten Quartal 2024 die erwähnte FR- Serie für den Horeca-Bereich vorstellen. Diese ergänzt dann die bestehende CP-Serie, die unsere eigene Entwicklung mit einem anderen namhaften Hersteller ist. Die bestehenden Kooperationen mit anderen Partnern bleiben von der erneuerten Partnerschaft mit Franke unberührt.

VendingSpiegel Kommen wir zurück zur Geschäftsentwicklung: Wie sind Sie aktuell beim Umsatz im Vergleich zu der Zeit vor der Pandemie aufgestellt?

Kroll: In den Pandemiejahren haben wir starke Umsatzschwankungen erlebt: Von 41 Millionen Euro 2020 über 46 Millionen Euro 2021 hin zu 58 Millionen Euro 2022. Mit diesem Ergebnis waren wir 2022 erstmals in der Unternehmensgeschichte profitabel. Im Jahr 2023 haben wir einen Umsatz von zirka 64 Millionen Euro erzielt, womit wir mit 20 Prozent Umsatzwachstum deutlich über dem Vor-Corona-Niveau liegen. Hieran sieht man deutlich, dass wir uns beim Umsatz sehr gut entwickeln. Jetzt ist es das Ziel, als gesundes Unternehmen weiter zu wachsen.

Vending Spiegel Welche Segmente stehen dabei im Fokus?

Kroll: Wir wollen ganzheitlich im Bereich Kaffee sein. Dazu gehört eine vernünftige, hochwertige Maschine und im Idealfall auch unser eigener guter Kaffee - hier verzeichnen wir übrigens ein starkes Wachstum. Und das möchten wir zusammenbringen mit unserem technischen Service, der sowohl per Hotline als auch in unseren Landesgesellschaften flächendeckend vor Ort helfen kann.

Vending**Spiegel** Wie sieht es mit dem Snackautomaten-Geschäft aus, in das Sie 2021 neu eingestiegen sind?

Kroll: Das ist ein Markt, in dem wir uns erst seit kurzer Zeit bewegen, der aber sehr erfolgreich ist. Bislang haben wir pro Jahr jeweils über 1.200 Geräte in den Markt gebracht - damit gehören wir hier aus meiner Sicht bereits zu den Großen der Branche.

VendingSpiegel Welchen Anteil machen die Snackgeräte am

Vending

Star

Gewinner 2019





Bargeldlos am Automaten

Die Spezialisten für Hardware, Netzbetrieb, Kartenakzeptanz und Integration. Alles aus einer Hand!

Wir liefern ein Rundum-sorglos-Paket mit sehr guten Konditionen!

Vorteile: Höhere Umsätze durch Spontankäufe, keine Bargeldentsorgung, das Aufbruchrisiko sinkt.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf.













Tel 05 61 - 50 69 03 50 · vending@card4vend.de · www.card4vend.de

VendingSpiegel 9 Ausgabe_1/2_2024

gesamten Automatenpark von Coffee Perfect aus?

Kroll: Unser Bestands-Portfolio untergliedert sich in sieben Prozent Snackautomaten, 25 Prozent Wasserspender und 68 Prozent Kaffeeautomaten.

Vending Spiegel Und beim Maschinen-Absatz?

Kroll: Der entwickelt sich ebenfalls positiv: 2021 machten Snackautomaten noch elf Prozent unseres jährlichen Absatzes aus. Im Jahr darauf waren es 15 Prozent und aktuell sind wir schon bei über 20 Prozent.

Vending Spiegel Wer sind Ihre Kundenzielgruppen im Snackautomatenbereich?

Kroll: Dazu gehören professionelle Jungunternehmen, die wissen, wie man ein Business aufzieht und vernünftig wirtschaftet. Wir stellen aber auch eine starke Nachfrage durch Bauern oder andere Direktvermarkter fest, die über Automaten eine zusätzliche Dienstleistung anbieten wollen. Diese Kunden können die Automaten nach erfolgter Solvenz-Prüfung von uns kaufen oder mieten.

Vending Spiegel Welche Rolle spielen bestehende Kaffeekunden, denen Sie nun ergänzend eine Snackverpflegung anbieten können?

Kroll: Das Cross-Selling betreiben wir selbstverständlich auch. Aber dadurch, dass wir sehr stark in unserer Lead-Generierung sind und eigene Lead-Quellen für den Snack-Bereich haben, geht das Geschäft deutlich über das Cross-Selling hinaus.

Vending Spiegel Bei Direktvermarktern betreten Sie kein Neuland, im Gegenteil. Wie heben Sie sich hier von Ihren Wettbewerbern ab?

Kroll: Indem wir das volle Programm anbieten: Von der Beratung über den Kauf, Transport, die Telemetrie und Aufstellung mit Befestigung bis hin zum Service vor Ort. Mit diesem Komplettangebot haben wir

deutschlandweit gar nicht viel Wettbewerb.

Vending Spiegel Gibt es Ihrerseits Kooperationen mit regionalen Operator-Firmen?

Kroll: Durchaus. Coffee Perfect bietet im Snack-Geschäft kein Full-Operating an. Viele Kunden möchten das Befüllen der Automaten aber nicht selbst übernehmen. In diesen Fällen sind wir offen für Kooperationen, bei denen wir den Automaten stellen und ein Operator-Kollege den Vor-Ort-Service übernimmt.

Vending Spiegel Welche Kundengruppe ist im Snackbereich für Sie wichtiger: Die Direktvermarkter oder die Kaffeekunden? Kroll: Da würde ich gar nicht nach Wichtigkeit unterscheiden. Solvente Kunden können und werden wir bedienen.

Vending Spiegel Durch das Aufkommen zahlreicher 24/7-Shops gibt es derzeit eine große Nachfrage nach Snackautomaten. Profitieren Sie hiervon?

Kroll: Wir haben festgestellt, dass sehr viele Quereinsteiger Snackautomatengeschäft einfach mal ausprobieren wollen. Die filtern wir bei den Anfragen aber alle heraus, weil unser Fokus auf professionellen Anbietern liegt. Offen sind wir bei 24/7-Konzepten aber für die Zusammenarbeit mit Operator-Kollegen. Auch hier würden wir die Automaten liefern und der Partner den Service oder das Befüllen übernehmen - und am Ende können beide Seiten Spaß daran haben. Neben den 24/7-Shops sehen wir einen sehr starken Trend im Bereich der automatisierten Betriebsverpflegung.

Vending Spiegel Was bieten Sie hier an?

Kroll: Derzeit prüfen wir, ob wir unser Portfolio um Smart-Fridges erweitern werden. Hier wäre – wie bei den Snackautomaten – unser Ansatz, dass wir die Geräte ohne Befüllung stellen. Die Entscheidung ist



Von der Zentrale in Osnabrück aus bedient der Operator Kunden bundesweit. Im Einsatz ist zudem ein eigenes Technikerteam für Kunden in ganz Deutschland.

noch nicht gefallen. Aber es ist denkbar, dass wir unser Angebot in diese Richtung erweitern werden.

Vending Spiegel Bieten Sie zusätzlich auch Heißgetränke-Standgeräte an?

Kroll: Als OCS-Spezialist haben wir Standgeräte nicht im Blick. Wenn aber ein Keyaccount-Kunde beispielsweise ein Standgerät oder einen Pfandrücknehmer anfragt, können wir auch das bedienen.

Vending Spiegel Mitte 2021 hatte die damalige Geschäftsführung das Ziel ausgegeben, die drei Bereiche Kaffee, Wasser und Snack gleich gewichten und Europas erfolgreichster Kaffee, Wasser-, Getränke- und Snackanbieter im B2B-Bereich werden zu wollen. Hat dieses Ziel für Sie noch Bestand?

Kroll: Gleichgewichten werden wir die drei Bereiche nicht. Unser Schwerpunkt liegt weiter auf Kaffee. Wir sind stolz darauf, mit unserer eigenen Röstung sehr leckeren Kaffee anzubieten und Emotionen erzeugen zu können. Das Wassergeschäft ist hier eine sinnvolle und erfolgreiche Ergänzung und das Snackgeschäft soll ein stabiles weiteres Standbein sein. Was die Ambitionen in Europa angeht: Seit meiner Strategieänderung wollen wir nicht mehr um jeden Preis, sondern ausschließlich gesund

wachsen. Dazu gehört, dass wir seit 2022 sehr stark Schulden abbauen, anstatt in Neuprojekte zu investieren, die 2021 noch im Raum standen.

Vending Spiegel Ganz neu im Programm haben Sie das Nestlé-Konzept "We proudly serve Starbucks". Warum haben Sie sich hierfür entschieden?

Kroll: Zum einen haben wir ein sehr gutes Netzwerk und eine tolle Zusammenarbeit mit der Nestlé-Gruppe. Die Chemie zwischen dem Starbucks-Team und unserem Team stimmt. Starbucks passt zu uns, weil wir Qualitätsanbieter sind und diesen Anspruch in Zukunft noch stärker ausweiten möchten. Und wenn eine Kaffeemarke weltweit für Qualität bekannt ist, dann Starbucks - insbesondere bei jungen Menschen. Zum zweiten geht es für uns als OCS-Anbieter aktuell darum, die Mitarbeiter der Kunden aus dem Home-Office hervorzulocken. Über eine hochwertige Kaffeeversorgung mit einer starken Marke wie Starbucks und ausgezeichnetem Service kann das gelingen.

Vending Spiegel Wie ergänzt die Kooperation Ihr bisheriges Angebot?

Kroll: Unser Ansatz ist es, unsere Lösungen als Konzept und nicht nur als Maschine in den Markt zu bringen. Dazu gehört

10 VendingSpiegel Ausgabe_1/2_2024



Im Jahr 2021 ist Coffee Perfect in den Vertrieb von Snackautomaten eingestiegen. Inzwischen machen die Geräte über 20 Prozent des gesamten Maschinenabsatzes des Operators aus, berichtet CEO Heiko Kroll.

bei den Tabletop-Geräten die Möblierung, in der beispielsweise der Milchkühlschrank untergebracht ist. Hier fügt sich das neue Konzept "We proudly serve Starbucks" ein, das wir neben einer reinen Tabletop- auch als möblierte Variante anbieten. Diese Ergänzung passt optimal zu unserem Geschäftsmodell und unserer Strategie.

Vending Spiegel Wie entwickelt sich dieses Angebot bislang?

Kroll: Die ersten Wochen mit dem neuen Konzept sind sehr gut angelaufen – sowohl bei den Kunden als auch intern. Denn wir kennen die Maschinen und können den Service vor Ort nahtlos in unsere Prozesse einbinden

Vending Spiegel Wie anfangs beschrieben, konnten Sie die Umsatzeinbrüche der Corona-Pandemie bereits hinter sich lassen. Welche wesentlichen Lehren haben Sie aus der Pandemie gezogen?

Kroll: Die wichtigste Lehre ist, dass wir nur noch gesund wachsen möchten. Bevor wir etwas tun, analysieren wir sehr genau, machen Business-Pläne und probieren Dinge nicht mehr einfach aus. Und das funktioniert: Wir sind in allem, was wir zuletzt angepackt haben, sehr erfolgreich.

Vending Spiegel Was sind für Sie die wesentlichen Veränderungen im Markt?

Kroll: Statt einer zentralen Kaffeestation gibt es jetzt häufig mehrere dezentrale Stationen in Büros, was genau unser Thema ist. Was durch die Pandemie auf Kundenseite außerdem deutlich zugenommen hat, sind Online-Vergleiche von Google-Bewertungen und Preisen. Kunden fordern hier spürbar mehr Transparenz von den Anbietern. Und das haben wir durch verschiedene Maßnahmen aufgegriffen. Dazu gehört, auf Online-Bewertungen zu reagieren und sich auch zu entschuldigen, wenn mal ein Fehler passiert ist.

Vending Spiegel Haben Sie hierfür die zuständige Abteilung ausgebaut? Oder wie organisieren Sie das?

Kroll: Die zuständige Abteilung ist meine Assistenz. Das heißt, wenn Fehler entstehen, landet das direkt bei mir. Und das will das Team natürlich vermeiden. Ein wesentlicher Unternehmenswert von Coffee Perfect ist die Kundenzufriedenheit. Diese können wir nur gewährleisten, indem wir als gesamtes Unternehmen die Kunden-Feedbacks und Online-Bewertungen sehr ernst nehmen – mich eingeschlossen.

Vending Spiegel Sie sind einer der wenigen Operator, die bundesweit ein eigenes Techniker-Team im Einsatz haben. Wie begegnen Sie den Themen Ausbildung, Mitarbeitergewinnung und -sicherung?

Kroll: Durch unsere Umorganisation haben wir 2022 zunächst Personal verloren. Wir arbeiten seitdem aber sehr intensiv an den Themen Mitarbeiterbindung, Unternehmenskultur und Vertrauen sowie an unseren Werten. Jeder Mitarbeiter kann direkt zu mir kommen, offen reden und wird ernst genommen. Wir schulen regelmäßig und überdurchschnittlich zahlen gute Gehälter. Hinzu kommen verschiedene Benefits oder Prämienmodelle. Zudem bilden wir in mehreren Bereichen aus und qualifizieren Mitarbeiter weiter. Das alles bringt uns mitunter in die Verlegenheit, Bewerber ablehnen zu müssen. Und wir investieren weiter sehr stark in unser Team: Seit Januar 2024 ist unser ehemaliger Geschäftsführer Jan-Dirk Büsselmann als neuer Direktor Service zurück im Unternehmen. Er kennt Coffee Perfect und auch viele Mitarbeiter sehr gut. Mit ihm werden wir sowohl intern als auch für Kunden den Service-Bereich weiter verstärken, der für unser Geschäftsmodell so überaus wichtig ist.



Wer immer guten Kaffee machen will, braucht auch immer gutes Wasser.

Das intelligente PURITY C iQ Filtersystem gleicht schwankende

Wasserqualitäten aus - für den perfekten Kaffeegenuss.

Turn on the taste.

Besuchen Sie uns!



INTER NORGA 08.-12.03.2024 Halle A4 Stand A4.210