



# Start-up

**AMBITIÖS**  
Jon Brezinski möchte mit seiner Software das Betriebssystem für den automatischen Retail werden.

## ► Automatenverkäufer

**Invenda Solutions** verwandelt dröge Snackautomaten in hippe Internetstationen und kurbelt so den Umsatz an – und zwar nicht nur mit Softdrinks und Naschereien.

### Die Geschäftsidee?

Wir revolutionieren den Vending-Machine-Markt mit einer intelligenten Software-Lösung, die Kunden ein signifikant besseres Käuferlebnis bietet: zum Beispiel mit gezielten Produktempfehlungen, Gamification-Marketing und vielem mehr.

### Wie ist sie entstanden?

Jon realisierte im Rahmen eines Projekts mit Metro-Ticketmaschinen in Philadelphia, wie fortgeschritten diese im Vergleich zu Snackmaschinen waren, welche teilweise seit den 1970er Jahren keine Innovation mehr durchgemacht hatten.

### Warum der Name?

Er steht für «Intelligent Vending», zudem kann man ihn sich einfach merken.

### Womit erzielen Sie die Umsätze?

Invenda hat vier Umsatzkanäle: Erlöse aus dem Maschinenverkauf, Softwarelizenzengebühren, Gebühren für Serviceleistungen (zum Beispiel Training von Technikern) und Erlöse aus dem Verkauf von Daten zu Umsatz, Lage und Marketing.

### Die Vision?

Das Go-to-Betriebssystem für den automatisierten Retail zu werden.

### Die grosse Stärke?

Website: [www.invenda-solutions.ch/](http://www.invenda-solutions.ch/)  
Gegründet: Januar 2017  
Gründer: Jon Brezinski (45), CEO  
Firmensitz: Luzern  
Anzahl Mitarbeiter: 41 Vollzeitäquivalente  
Umsatzziel für 2020: ca. 5 Mio. Fr.  
Profitabel ab: 2022

Die Flexibilität unserer Software erlaubt schnelle Expansion in angrenzende Produktfelder, nach den Wünschen unserer Partner und Kunden. So haben wir innert kürzester Zeit eine vollständig kontaktlose Maschine entwickelt.

### Die grösste Herausforderung?

Das Zögern gegenüber Wandel in einigen Organisationen. Dies erfordert von uns kontinuierliche Education und ständige Demonstration unserer Value Proposition.

### Der bisher grösste Erfolg?

Die Partnerschaften mit Mars und Selecta, die grosses Know-how im Vending-Ma-

## „DAS KAUF- VERHALTEN ÄNDERT SICH, WENN KEIN VERKÄUFER DA IST.“

chine-Markt haben und sich dank kurzer Entscheidungswege und dediziertem Vending-Arm agiler bewegen können. Zudem finanzieren sie teilweise unsere Produktentwicklung.

### Das Überraschendste bisher?

Wir sammeln viele anonymisierte Konsumentendaten, wobei es spannend ist zu sehen, wie sich das Kaufverhalten ändert, wenn keine Verkaufsperson präsent ist. So ist das umsatzstärkste Produkt in Schweizer Vending Machines nicht etwa ein Softdrink, sondern der Schwangerschaftstest.

### Der nächste Schritt?

Für die nahe Zukunft liegt unser Fokus in der Kommerzialisierung unseres Kernproduktes sowie der Steigerung unserer globalen Markenbekanntheit.

## Expertenmeinung Zwei Risikokapitalisten über die Chancen von Invenda Solutions

### ► «Tesla der Automaten»



DANIEL GUTENBERG ist VC der ersten Stunde und hat in den letzten 25 Jahren mitgeholfen, 14 Einhörner grosszuziehen.

«Invenda ist vom ganzen Setup her ein sehr unübliches Start-up: Das Geld haben sie bei der UBS geraist, die Leute von der analogen Traditionsfirma Selecta geholt, der CEO ist etwas strange: nicht geldgetrieben, sondern von seiner Idee beseelt, und er hat die Work-Life-Balance im Auge. So was bin ich nicht gewohnt. Ich glaube, er wird trotzdem erfolgreich sein. Zum einen konnte er auf der grünen Wiese anfangen, zum andern hat er die nötigen Verbindungen in diesem Markt, und vor allem: Er hat keine Konkurrenz, denn die bisherigen Hersteller setzen auf die alte, mechanische Technologie. Dabei hat der digitale Ansatz so viele Vorteile: Auf dem

Touchscreen kann man Produkte bewerben – etwa Cola pushen, wenn das Mineralwasser zur Neige geht. Man kann den Preis ändern je nach Temperatur oder je nachdem, wer vor dem Gerät steht. Auch ausserhalb des Foodbereiches gibt es viele Möglichkeiten, etwa Automaten mit Medikamenten oder Elektronik-Gadgets. Der Automatenmarkt ist nicht riesig, mit ein paar hunderttausend Geräten weltweit aber eine interessante Nische. Invenda ist für mich der Tesla der Automaten: eigentlich eine Softwarefirma, die jetzt noch etwas Hardware drum herum bauen muss. Dafür muss sie jetzt eine Fabrik erstellen – und sich deshalb ein bisschen neu erfinden. Gelingt das, kann Invenda ein Hidden Champion werden!»

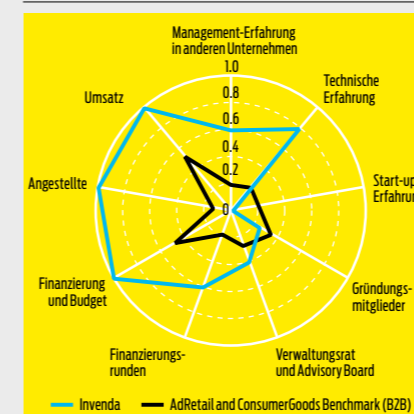
### ► «Corona bremst Skalierung»



DOMINIQUE MÉGRET ist als Head of Swisscom Ventures verantwortlich für die Start-up-Beteiligungen des Carriers.

«Die Geschäftsidee, in die Verkaufsautomaten ein Brain einzubauen, ist ein No-Brainer: Bisher sind nur sechs Prozent dieser Geräte smart, das Internet of Things ist überfällig. Hier konvergieren gleich drei Themen: Verkaufsautomaten, Out-of-home-Werbung und Kioske. Besonders beeindruckt mich, dass durch die digitale Darstellung des Produktes der Umsatz um bis zu 300 Prozent gesteigert werden kann. Und dank Interaktion lassen sich Kundendaten sammeln – das eröffnet endlose Möglichkeiten für neue Anwendungen. Derzeit hat Invenda zwar kaum Wettbewerber. Aber die werden kommen. Besonders der Hardwareteil wird hart umkämpft werden. Langfristig wird die Wertschöpfung aber in der Software liegen. Das hat Invenda richtig erkannt und ist dort gut gestartet. Das Team hat Topqualität: Die Leute kommen aus der Branche, gleichzeitig sind sie technologisch fit. Ideal also, um einen klassischen Industriezweig zu digitalisieren. Das Start-up war vom ersten Moment an international, das gefällt mir. Gleichzeitig hat es mit Mars und Coca-Cola schon potente Kunden. Jetzt gilt es, den Markt schnell zu durchdringen. Durch Corona wird die Skalierung erst mal gebremst, weil Hotels oder Verkehrsbetriebe derzeit andere Sorgen haben, als ihre Vending Machines zu ersetzen. Ich bin aber überzeugt, dass Invenda eine spannende Firma wird.»

### INVENDA IM BRANCHENVERGLEICH



«Auch vor Snackautomaten macht die Digitalisierung nicht halt. Dank Invenda haben sie nun ein (digitales Hirn). Ein Vorteil ist sicherlich, dass Invenda für die Konsumgüterindustrie auffallend viel technische Erfahrung im Gründerteam vereint. Toll ist auch die Gender Diversity im Techteam des Start-ups. Trotz vergleichsweise geringer Gründungserfahrung und kleinem Gründerteam weist das Start-up heute einen weit überdurchschnittlichen Umsatz aus im Benchmark-Vergleich. Fehlende Start-up-Kompetenzen werden wohl im Advisory Board kompensiert.»

Die «Startup Navigator»-App des Institute of Technology Management der HSG unter Prof. Dietmar Grichnik vergleicht erfolgsrelevante Faktoren des Start-ups mit dem Branchenschnitt. Download: [www.stgaller-navigator.com](http://www.stgaller-navigator.com)

Foto: Roger Hofstetter für BILANZ